DAFTAR ISI

[*ABSTRACT* i](#_Toc124508468)

[ABSTRAK ii](#_Toc124508469)

[RINGKESAN iii](#_Toc124508470)

[KATA PENGANTAR iv](#_Toc124508471)

[DAFTAR ISI vi](#_Toc124508472)

[DAFTAR TABEL viii](#_Toc124508473)

[DAFTAR GAMBAR ix](#_Toc124508474)

[DAFTAR LAMPIRAN x](#_Toc124508475)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc124508476)

[1.1 Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc124508477)

[1.2 Identifikasi Masalah 9](#_Toc124508478)

[1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10](#_Toc124508479)

[1.3.1 Tujuan Penelitian 10](#_Toc124508480)

[1.3.2 Kegunaan Penelitian 10](#_Toc124508481)

[BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 12](#_Toc124508482)

[2.1 Kajian Pustaka 12](#_Toc124508483)

[2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis 12](#_Toc124508484)

[2.1.2 Kerangka Konseptual 19](#_Toc124508485)

[2.1.3 Kerangka Teoritis 27](#_Toc124508486)

[2.2 Kerangka Pemikiran 37](#_Toc124508487)

[2.3 Hipotesis 38](#_Toc124508488)

[BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 40](#_Toc124508489)

[3.1 Objek Penelitian 40](#_Toc124508490)

[3.1.2 PT. Pos Indonesia 40](#_Toc124508491)

[3.2 Metode Penelitian 44](#_Toc124508492)

[3.3 Variable Penelitian dan Operasional Variabel 46](#_Toc124508493)

[3.3.1 Variabel Penelitian 46](#_Toc124508494)

[3.3.2 Operasional Variabel 47](#_Toc124508495)

[3.4 Populasi dan Teknik Sampling 49](#_Toc124508496)

[3.4.1 Populasi 49](#_Toc124508497)

[3.4.2 Teknik Sampling 49](#_Toc124508498)

[3.5 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data 51](#_Toc124508499)

[3.5.1 Jenis Data 51](#_Toc124508500)

[3.5.2 Prosedur Pengumpulan Data 51](#_Toc124508501)

[3.6 Skala Pengukuran 53](#_Toc124508502)

[3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Realiabilitas Data 53](#_Toc124508503)

[3.7.1 Rancangan Analisis Data 53](#_Toc124508504)

[3.7.2 Uji Path Analysis 59](#_Toc124508505)

[3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas 61](#_Toc124508506)

[3.7 Lokasi Penelitian 65](#_Toc124508507)

[3.8 Jadwal Penelitian 65](#_Toc124508508)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 67](#_Toc124508509)

[4.1 Hasil Penelitian 67](#_Toc124508510)

[4.1.1 Karakteristik Responden 67](#_Toc124508511)

[4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif 69](#_Toc124508512)

[4.1.3 Hasil Analisis Verifikatif 82](#_Toc124508513)

[4.1.4 Hasil Path Analysis 88](#_Toc124508514)

[4.1.5 Uji Hipotesis 91](#_Toc124508515)

[4.2 Pembahasan 95](#_Toc124508516)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 100](#_Toc124508517)

[5.1 Kesimpulan 100](#_Toc124508518)

[5.2 Saran 101](#_Toc124508519)

[DAFTAR PUSTAKA 102](#_Toc124508520)

[LAMPIRAN 104](#_Toc124508521)

DAFTAR TABEL

[**1. 1 Jumlah followers instagram** 6](#_Toc124490749)

[**2. 2 Review Penelitian Sejenis** 15](#_Toc124490751)

[**3. 3 Operasional Variabel** 47](#_Toc124490752)

[**3. 4 Alternative Jawaban Berdasarkan Skala Likert** 53](#_Toc124490753)

[**3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi** 59](#_Toc124490754)

[**3. 6 Uji Validitas** 62](#_Toc124490755)

[**3. 7 Uji Reliabilitas** 65](#_Toc124490756)

[**3. 8 Jadwal kegiatan Penelitian** 66](#_Toc124490757)

[**4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin** 67](#_Toc124490758)

[**4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia** 68](#_Toc124490759)

[**4. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan** 68](#_Toc124490760)

[**4. 12 Perhitungan Skor Social Media Marketing** 70](#_Toc124490761)

[**4. 13 Garis Kontium Content** 73](#_Toc124490762)

[**4. 14 Garis Kontium Communications** 74](#_Toc124490763)

[**4. 15 Garis Kontium Connections** 75](#_Toc124490764)

[**4. 16 Garis Kontium Social Media Marketing** 76](#_Toc124490765)

[**4. 17 Perhitungan Skor Brand Image** 77](#_Toc124490766)

[**4. 18 Garis Kontium Strength of Brand Association** 79](#_Toc124490767)

[**4. 19 Garis Kontium Favorable of Brand Association** 80](#_Toc124490768)

[**4. 20 Garis Kontium Uniqueness of Brand Association** 81](#_Toc124490769)

[**4. 21 Garis Kontium Brand Image** 82](#_Toc124490770)

[**4. 22 Uji Normalitas** 83](#_Toc124490771)

[**4. 23 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda** 86](#_Toc124490772)

[**4. 24 Hasil Analisis Uji Korelasi** 87](#_Toc124490773)

[**4. 25 Hasil Path Analysis** 89](#_Toc124490774)

[**4. 27 Hasil Model Summary Variabel X Terhadap Y** 90](#_Toc124490775)

[**4. 28 Hasil Uji Simultan** 92](#_Toc124490776)

[**4. 29 Hasil Uji Parsial** 95](#_Toc124490777)

DAFTAR GAMBAR

[**1. 1 Jumlah Pengguna Internet** 1](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490870)

[**1. 2 Platform MedsosGambar 1. 3 Jumlah Pengguna Medsos** 3](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490871)

[**2. 3 Kerangka Pemikiran** 38](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490872)

[**3. 4 Logo Pos Indonesia** 41](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490873)

[**3. 5 Garis Kontium** 55](#_Toc124490874)

[**3. 6 Analisis Jalur Pengaruh Simultan dan Parsial** 60](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490875)

[**4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas** 85](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490876)

[**4. 8 Hasil Path Analysis** 90](file:///D:\ARIS\skripsi\skripsi%20aris%20192050014%20-%20Copy.docx#_Toc124490877)

DAFTAR LAMPIRAN

[**1 Riwayat Hidup** 104](#_Toc124334273)

[**2 Surat Pernyataan** 105](#_Toc124334274)

[**3 Kuesioner Penelitian** 106](#_Toc124334275)

[**4 Hasil Uji Validitas** 109](#_Toc124334276)

[**5 Hasil Uji Reliabilitas** 111](#_Toc124334277)

[**6 Hasil Jawaban Responden** 111](#_Toc124334278)