

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	17
3. Promosi.....	20
4. <i>Social Media</i>	22
5. <i>Brand Image</i>	25
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Hubungan Antar Variabel	34
D. Kerangka Pemikiran.....	36
E. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Rancangan Penelitian	38

B. Populasi	38
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	40
E. Definisi Operasional Variabel.....	41
F. Jenis dan Sumber Data	42
G. Prosedur Pengambilan Data	43
H. Skala Pengukuran Variabel	43
I. Uji Instrumen	45
J. Teknik Analisis Data.....	48
K. Uji Hipotesis	49
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Respoden	52
2. Analisis Deskriptif Variabel	54
3. Pengujian Hipotesis.....	60
B. Pembahasan.....	62
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	