

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
1. Minat Beli	10
2. <i>Social Media Marketing</i>	15
3. <i>Word Of Mouth Communication</i>	23
4. <i>Brand Image</i>	28
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Keterkaitan Antar Variabel.....	40
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli	40
2. Pengaruh <i>Word Of Mouth Communication</i> terhadap Minat Beli...	40
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	41
D. Kerangka Pemikiran	43
E. Hipotesis Penelitian	44
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	45
B. Populasi	45
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	48
E. Definisi Operasi Variabel	49
F. Jenis dan Sumber Data	50
G. Prosedur Pengambilan Data.....	50
H. Skala Pengukuran.....	51
I. Uji Instrumen	52

J. Teknik Analisis Data.....	53
K. Uji Hipotesis	57

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif.....	60
B. Analisis Kuantitatif	66
C. Pengujian Hipotesis.....	69
D. Pembahasan	72

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA..... 79

LAMPIRAN..... 82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	49
Tabel 3.2 Tabel Skor Skala Likert.....	52
Tabel 3.3 Interval Kategori Jawaban pada Variabel Penelitian	52
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 3.5 Nilai Cronbach Alpha.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel Minat Beli	63
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel Media Social Marketing	64
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel Word Of Mouth Communication	65
Tabel 4.8 Persepsi Responden Variabel Brand Image.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Indonesia Menurut Wearesosial....	4
Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian.....	42
Gambar 3.1 Rumus Lameshow	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I : KUEISONER PENELITIAN.....	82
LAMPIRAN II: REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN	87
LAMPIRAN III: UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	94
LAMPIRAN IV: REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN.....	98
LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIF	114
LAMPIRAN II: ANALISIS FREKUENSI VARIABEL.....	116
LAMPIRAN III: UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA	118

