

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Minat Beli	11
2. <i>Social Commerce</i>	17
3. <i>Brand Image</i>	23
4. <i>Brand Trust</i>	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Hubungan Antar Variabel	38
D. Kerangka Pemikiran.....	40

E. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian	41
B. Populasi	41
C. Sampel dan Teknik Sampling	42
D. Jenis Data Penelitian.....	44
E. Prosedur Pengambilan Data	44
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	46
G. Definisi Operasional Variabel.....	47
H. Skala Pengukuran Variabel	49
I. Uji Instrumen	50
J. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Analisis Deskriptif.....	57
B. Analisis Kuantitatif	63
C. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	77