

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
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	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Landasan Teori	16
1. Social Media Marketing	16
2. Electronic Word of Mouth	19
3. Brand Awareness	22
4. Keputusan Pembelian	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hubungan Antar Variabel	32
D. Kerangka Pemikiran	38
E. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Obyek dan Waktu Penelitian	41

C. Populasi.....	41
D. Sampel dan Teknik Sampling	42
E. Jenis Data Penelitian	44
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	45
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	46
H. Definisi Operasional Variabel.....	47
I. Skala Pengukuran Variabel.....	49
J. Uji Instrumen	52
K. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Analisis Deskriptif	60
B. Analisis Kuantitatif	67
C. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	89