

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. <i>Social Media Marketing</i>	8
2. <i>Electronic Word of Mouth</i>	16

3. <i>Online Customer Rating</i>	21
4. <i>Purchase Intention</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Hubungan Antar Variabel	30
D. Kerangka Pemikiran	33
E. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Rancangan Penelitian	35
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi	36
D. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	36
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	38
F. Definisi Operasional Variabel.....	39
G. Jenis Data Penelitian	40
H. Prosedur Pengambilan Data	40
I. Skala Pengukuran Variabel	40
J. Variabel, Pernyataan dan Kode.....	42
K. Uji Instrumen.....	44
L. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Analisis Deskriptif.....	51
B. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
C. Uji Hipotesis.....	60

D. Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73