

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Keputusan Pembelian	14
2. Social Media Marketing	18
3. Electronic Word Of Mouth	24
4. Brand Image	26
B. Hubungan Antar Variabel	36
C. Kerangka Konseptual	37
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Rancangan Penelitian	39
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	40
C. Populasi	40
D. Sampel dan Teknik Sampling	40

E. Jenis Data Penelitian	43
F. Teknik Pengambilan Data	43
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	43
H. Definisi Operasional Variabel.....	44
I. Skala Pengukuran Variabel.....	47
J. Uji Instrumen	48
K. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Analisis Deskriptif.....	55
B. Analisis Kuantitatif	61
C. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77