

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Keputusan Pembelian	17
2. <i>Social Media Marketing</i>	21
3. <i>Interactivity</i>	23
4. <i>Informativeness</i>	24
5. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>).....	26
B. Peneliti Terdahulu	29
C. Hubungan Antar Variabel	33
D. Kerangka Pemikiran.....	39
E. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian.....	41

B. Objek dan Waktu Penelitian	41
C. Populasi.....	42
D. Sampel dan Teknik Sampling	42
E. Jenis Data Penelitian	44
F. Prosedur Pengambilan Data.....	44
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	44
H. Definisi Operasional Variabel.....	45
I. Skala Penelitian Variabel.....	47
J. Uji Instrumen Penelitian	48
K. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Analisis Deskriptif	62
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	64
C. Analisis Kuantitatif	69
D. Pengujian Hipotesis	78
E. Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V PENUTUP DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96