

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Pengertian Social Media Marketing	15
2. Faktor-faktor Social Media Marketing	16
3. Pengertian Electronic Word of Mouth.....	19
4. Faktor-faktor Electronic Word of Mouth.....	21
5. Pengertian Brand Awareness.....	23
6. Faktor-faktor Brand Awareness	24
7. Pengertian Keputusan Pembelian	24
8. Faktor-faktor Keputusan Pembelian	26
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	32

D. Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Objek Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	41
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
G. Skala Pengukuran Variabel.....	46
H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
I. Metode Analisis Data	51
J. Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Analisis Deskriptif	57
B. Analisis Kuantitatif	67
C. Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN I.....	86
LAMPIRAN II	94
LAMPIRAN III.....	103
LAMPIRAN IV	110
LAMPIRAN V	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Review Pelanggan CRSL.....	9
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran	35

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	47
Tabel 3.3 Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden	48
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Kota Asal Responden	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.3 Universitas Responden.....	60
Tabel 4.4 Pendapatan/Uang Saku Responden.....	60
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Social Media Marketing	62
Tabel 4.6 Penilaian Variabel Electronic Word of Mouth	64
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Brand Awareness.....	65
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.9 Analisis Regresi Berganda	67
Tabel 4.10 Uji F.....	70
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	86
LAMPIRAN II REKAPITULASI DATA PENELITIAN	94
LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	103
LAMPIRAN IV TABULASI DATA 100 RESPONDEN.....	110
LAMPIRAN V HASIL UJI ANALISIS REGRESI	121