

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Keputusan Pembelian	13
2. <i>Social Media Marketing</i>	16
3. <i>Celebrity Endorsement</i>	19
4. <i>Brand Image</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Hubungan Antar Variabel	28
D. Kerangka Konseptual.....	30
E. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian.....	33
B. Obyek dan Waktu Penelitian.....	33

C. Populasi.....	34
D. Sampel dan Teknik Sampling	34
E. Jenis Data Penelitian	36
F. Prosedur Pengambilan Data	37
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	38
H. Definisi Operasional	39
I. Uji Instrumen	41
J. Teknik Analisis Data.....	44
BAB 1V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
A. Analisis Deskriptif	48
1. Karakter Responden	48
2. Variabel Penelitian	50
B. Analisis Kuantitatif	54
1. Regresi Linear Berganda	54
2. Hasil Uji Hipotesis	56
C. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69