

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Social media marketing</i>	11
2. <i>Word of mouth</i>	12
3. <i>Brand awareness</i>	14
4. <i>Purchase decision</i>	16
5. Kepuasan Konsumen.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Hubungan Antar Variabel.....	29
D. Kerangka Pemikiran.....	33
E. Hipotesis.....	34
BAB III	36

METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian.....	36
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi.....	37
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
E. Jenis Data.....	38
F. Prosedur Pengambilan Data.....	38
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	38
H. Definisi Operasional Variabel.....	39
I. Pengukuran Variabel.....	42
J. Teknik Analisis Data.....	43
K. Uji Instrumen.....	47
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Deskriptif.....	54
B. Analisis Kuantitatif.....	65
C. Pembahasan.....	78
BAB V	91
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Implikasi Teoritis.....	92
C. Implikasi Manajerial.....	93
D. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	100