

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	12
2. Interaksi Sosial Media (<i>Social Media Interaction</i>)	14
3. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	15
4. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	17
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Hubungan Antar Variabel	28
D. Kerangka Pikir.....	36
E. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Rancangan Penelitian	38
B. Objek Dan Waktu Penelitian	39

C. Populasi	39
D. Sample Dan Teknik Sampling	40
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	41
F. Definisi Oprasional Variabel	43
G. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	46
H. Prosedur Pengambilan Data	48
I. Uji Instrumen	49
J. Teknik Analisis Data	56
K. Pengujian Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Analisis Deskriptif	62
B. Analisis Kuantitatif	72
C. Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97