

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
A. Landasan Teori .....	16
1. Teori User Generated Content.....	16
2. Teori Electronic Word of Mouth .....	19
3. Teori Purchase Intention.....	20
4. Teori Brand Awareness.....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Pengaruh antar variabel .....	31
D. Kerangka Pemikiran .....	37
E. Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Rancangan Penelitian.....	39
B. Objek dan waktu penelitian .....	39
C. Populasi.....	40
D. Sample dan teknik sampling .....	40

E. Jenis Data Penelitian .....	42
F. Prosedur pengambilan data .....	43
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	43
H. Definisi Operasional Variabel .....	44
I. Skala Pengukuran Variabel Penelitian .....	45
J. Uji Instrumen .....	47
1. Uji Validitas .....	47
K. Uji Reabilitas.....	49
L. Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
A. Analisis Deskriptif.....	55
1. Karakteristik Responden .....	55
2. Analisis Deskriptif Variabel .....	57
3. Analisis Kuantitatif .....	63
B. Hasil Pembahasan.....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>