

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Pemasaran	15
2.2. Bauran Pemasaran.....	16
2.3. Promosi Penjualan.....	17
2.4. Sosial Media.....	18
2.5. <i>Word of Mouth</i>	20

2.6. Keputusan Pembelian	24
2.7. Penelitian Terdahulu	31
2.8. Kerangka Konseptual.....	35
2.9. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Rancangan Penelitian	37
3.2. Objek dan Waktu Penelitian.....	37
3.3. Populasi	37
3.4. Sampel	38
3.5. Jenis Data Penelitian	39
3.6. Metode Pengambilan Data	39
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	41
3.8. Analisis Deskriptif.....	43
3.9. Uji Reabilitas.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Analisis Deskriptif	53
4.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	56
4.3. Analisis Kuantitatif	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80