

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori.....	16
1. Brand Image	16
2. Electronic Word of Mouth (eWOM).....	18
3. Influencer Endorsement.....	19
4. Purchase Intention	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hubungan Antar Variabel	28
D. Kerangka Pemikiran	30
A. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi.....	33
D. Sampel dan Teknik Sampling	33

E. Jenis Data Penelitian	35
F. Prosedur Pengambilan Data.....	36
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	37
H. Definisi Operasional Variabel	39
I. Uji Instrumen.....	43
J. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
E. Hasil Penelitian.....	51
F. Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81