

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
1. <i>Purchase intention</i>	13
2. <i>Brand image</i>	16
3. <i>Marketing Communication</i>	18
4. <i>Online Customer Review</i>	19
5. <i>Brand trust</i>	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hubungan antar Variabel	29
D. Kerangka Konseptual.....	36
E. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Rancangan Penelitian.....	38
B. Objek dan Waktu penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel	40
D. Metode Penarikan Sampel	41
E. Besaran Sampel.....	42

F. Jenis Data Penelitian	43
G. Prosedur Pengambilan Data	43
H. Klasifikasi Variabel Penelitian	44
I. Definisi Operasional Variabel.....	45
J. Skala Pengukuran	48
L. Teknik Analisi Data	56
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	61
B. Analisis Kuantitatif	70
BAB V KESIMPULAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	100