

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Praktis	13
1.5.2 Manfaat Akademik	13
1.6 Sistematika Penyusunan	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Manajemen	16
2.2 Teori Manajemen Pemasaran	17
2.3 Pemasaran Digital	19
2.4 Perilaku Konsumen	21
2.5 <i>Social Media Marketing</i>	21
2.5.1 Dimensi <i>Social Media Marketing</i>	21
2.6 Citra Merek	22
2.6.1 Dimensi <i>Brand Image</i>	22
2.6.2 Dimensi <i>E-WOM</i>	22
2.7 Keputusan Pembelian	23
2.7.1 Dimensi Keputusan Pembelian	23
2.8 Penelitian Terdahulu	23
2.8.1 Jurnal Nasional	23
2.8.2 Jurnal Internasional	27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Model Konseptual Penelitian.....	30
3.2 Penelitian Metode Kuantitatif	31
3.3 Variabel Penelitian.....	31
3.4 Operasional Variabel	31
3.5 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	36
3.5.1 Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .	36
3.5.2 Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	37
3.5.3 Hubungan <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian	37
3.6 Unit Analisis, Sampel & Populasi	38
3.6.1 Jenis Penelitian	38
3.6.2 Unit Analisis.....	38
3.6.3 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.6.4 Jenis Data.....	39
3.6.5 Populasi	39
3.6.6 Sampel.....	39
3.7 <i>Pre-test</i>	39
3.8 Uji Validitas.....	40
3.9 Uji Reliabilitas	40
3.10 Uji Asumsi Klasik	40
3.10.1 Uji Normalitas.....	40
3.10.2 Uji Multikolinearitas	40
3.10.3 Uji Uji P-P Plot.....	40
3.11 Main Test	41
3.11.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.11.2 Uji Korelasi Parsial	41
3.11.3 Uji Korelasi Berganda R.....	41
3.11.4 Adjusted R^2	41
3.12 Uji Hipotesis	41
3.12.1 Uji t.....	41
3.12.2 Uji F (Anova).....	42

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan	44
4.1.1 Analisis Uji <i>Pre test</i>	44
4.1.2 Analisis Uji Validitas.....	44
4.1.3 Analisis Uji Reliabilitas.....	49
4.2 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.1 Uji Normalitas.....	50

4.2.2 Uji Multikolinearitas	51
4.2.3 Uji P-P Plot	52
4.3 Uji Analisis Hasil Main test	52
4.3.1 Analisis Karakteristik Statistik Deskriptif Responden	53
4.3.2 Analisis Mean Penelitian	56
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.3.4 Uji Korelasi Parsial	62
4.3.5 Uji Korelasi Berganda R	62
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R)	62
4.4 Uji Hipotesis	63
4.4.1 Uji t	63
4.4.2 Uji F (Anova)	64
4.5 Pembahasan	65
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	67
5.1.1 Keterbatasan Penulis	67
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	67
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	69
5.2.3 Saran Untuk Akademis	69
DAFTAR PUSTAKA	70
RIWAYAT HIDUP	71
LAMPIRAN	

