

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETIJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	iii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian	9
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Grand Theory.....	11
2. Keputusan Pembelian.....	14
3. Social Media Marketing	21
4. Word of Mouth Marketing	28
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berfikir	43
D. Hipotesis	45
BAB III	48
METODE PENELITIAN	48
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
1. Jenis Penelitian	48
2. Pendekatan Penelitian	48
B. Setting Penelitian	49
1. Lokasi Penelitian.....	49
2. Rentang waktu penelitian	49
C. Populasi dan Sampel	49
1. Populasi	49

2. Sampel.....	49
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	51
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
1. Uji Validitas Instrumen.....	54
2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	54
F. Teknik Pengumpulan Data.....	56
G. Teknik Analisis Data.....	57
1. Uji Asumsi Klasik.....	57
2. Uji Hipotesis.....	58
BAB IV.....	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Hasil Penelitian.....	62
1. Gambaran Objek Penelitian.....	62
2. Analisis Data.....	74
B. Pembahasan.....	84
BAB V.....	89
PENUTUP.....	90
A. Simpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN LAMPIRAN	