

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	18
1.3 Batasan Masalah.....	19
1.4 Rumusan Masalah	19
1.5 Tujuan Penelitian.....	19
1.6 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
2.1 Karangka Teoritis	21
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	25
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	27
2.2 Penelitian yang Relevan	30
2.3 Karangka Berpikir	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	36
3.2 Jenis Penelitian	36
3.3 Populasi Dan Sample	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sample.....	36

3.4	Variabel Penelitian.....	37
3.5	Definisi Operasional Variabel	37
3.6	Desain Penelitian	38
3.7	Teknik Pengumpulan Dta	39
3.7.1	Studi Kepustakaan	39
3.7.2	Observasi.....	40
3.7.3	Kuesioner	40
3.8	Instrumen Penelitian	41
3.8.1	Uji Validitas	41
3.8.2	Uji Reabilitas	42
3.9	Prosedur Penelitian	43
3.10	Teknik Analisis Data	44
3.10.1	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.10.2	Analisis Rekresi Linear Berganda.....	45
3.10.3	Uji Hipotesis	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	48
4.1.2	Hasil Analisis Penelitian	50
4.1.3	Uji Instrumen Penelitian	58
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.1.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
4.1.6	Uji Hipotesis	66
4.2	Pembahasan Penelitian	69
4.2.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.2.3	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Dan <i>Brand Trust</i> Secara Simultan Trehadap Keputusan Pembelian	71
BAB V	PENUTUP	73
5.1	Kesimpulan.....	73

5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

