

## DAFTAR ISI

<i>COVER</i> .....	<i>i</i>
<i>SERTIFIKASI</i> .....	<i>ii</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i> .....	<i>iii</i>
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>iv</i>
<i>ABSTRAK</i> .....	<i>v</i>
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i> .....	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i> .....	<i>x</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i> .....	<i>xi</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i> .....	<i>xii</i>
<b><i>BAB I PENDAHULUAN</i></b> .....	<b><i>1</i></b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
<b><i>BAB II TELAAH PUSTAKA</i></b> .....	<b><i>16</i></b>
2.1. Perilaku Konsumen.....	16
2.2. Digital Marketing .....	18
2.3. Keputusan Pembelian .....	20
2.4. <i>Social Media Marketing</i> .....	22
2.5. Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	30
2.6. Citra merek.....	36
2.7. Kerangka Pemikiran.....	41
2.8. Hipotesis .....	41
<b><i>BAB III</i></b> .....	<b><i>42</i></b>
<b><i>METODE PENELITIAN</i></b> .....	<b><i>42</i></b>
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian .....	42
3.2. Populasi dan Sampel .....	44
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	45

3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	46
3.5.	Teknik Analisis .....	47
3.6.	Uji Validitas dan Realibilitas Konstruk .....	48
3.7.	Uji Efek Mediasi/Sobel.....	50
3.8.	Uji Hipotesis.....	50
<b>BAB IV</b> .....		<b>52</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>52</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	52
4.2.	Rekapitulasi Data Kuesioner .....	54
4.3.	Analisis Data.....	64
4.4.	Pengujian Hipotesis .....	73
4.5.	Pembahasan.....	79
<b>BAB V</b> .....		<b>85</b>
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN</b> .....		<b>85</b>
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Implikasi .....	86
5.3.	Keterbatasan Penelitian .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>93</b>

