

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR BERITA ACARA BIMBINGAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.4.1 Maksud Penelitian	14
1.4.2 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15

1.6	Waktu Peneltian.....	16
BAB II		18
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....		18
2.1	Kajian Pustaka	18
2.1.1	Promosi.....	18
2.1.1.1	Pengertian Promosi.....	18
2.1.1.2	Tujuan Promosi.....	19
2.1.2	Social Media.....	20
2.1.2.1	Pengertian Social Media	20
2.1.2.2	Efektifitas Social Media.....	21
2.1.2.3	Bentuk Komunikasi Pemasaran di Media Sosial	23
2.1.2.4	Definisi Promosi Sosial Media.....	24
2.1.2.5	Indikator Promosi melalui Social Media	24
2.1.3	Word of Mouth (WOM)	25
2.1.3.1	Pengertian Word of Mouth (WOM).....	25
2.1.3.2	Menciptakan Word of Mouth	27
2.1.3.3	Indikator Word of Mouth (WOM).....	28
2.1.4	Keputusan Pembelian	29
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.1.4.2	Dimensi Keputusan Pembelian	31
2.1.4.3	Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.4.4	Tingkatan Dalam Keputusan Pembelian	34

2.1.4.5	Indikator keputusan Pembelian	35
2.1.5	Penelitian Terdahulu	37
2.2	Kerangka Pemikiran	39
2.3	Hipotesis	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1	Objek Penelitian	44
3.2	Metode Penelitian	45
3.3	Operasional Variabel	46
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Sumber data	48
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Populasi, Teknik Penarikan Sampel dan Sampel Penelitian	50
3.5.1	Populasi	50
3.5.2	Sampel.....	52
3.5.3	Tempat dan Waktu Penelitian	53
3.5.3.1	Tempat Penelitian.....	53
3.5.3.2	Waktu Penelitian	53
3.6	Metode Pengumpulan Data	53
3.6.1	Uji Validitas	53
3.6.2	Uji Reliabilitas	55
3.7	Metode Analisis Data	55

3.7.1	Rancangan Analisis	55
3.7.2	Uji MSI	56
3.7.3	Analisis Deskriptif	57
3.7.4	Analisis Verifikatif.....	58
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	63
BAB IV		66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	66
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	66
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan	66
4.1.2.1	Visi.....	66
4.1.2.2	Misi	66
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	67
4.1.4	Deskripsi Jabatan.....	67
4.1.5	Aspek Kegiatan Perusahaan	70
4.2	Karakteristik Responden	70
4.2.1	Tanggapan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2	Tanggapan Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.3	Tanggapan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.3	Analisis Deskriptif	75
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Sosial Media	76
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word Of Mouth.....	86

<u>4.3.3</u>	<u>Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan</u>	
	<u>Pembelian</u>	93
4.4	Analisis Verifikatif	102
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	102
4.4.2	Analisis Regresi Berganda	109
4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi (R)	111
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	115
4.4.5	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (F)	117
4.4.6	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	119
BAB V	125
KESIMPULAN DAN SARAN	125
5.1	Kesimpulan	125
5.2	Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129