

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
1.1 Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Pemasaran Digital	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.3 Social Media Marketing.....	16
2.1.4 Electronic Word-Of-Mouth.....	16
2.1.5 Consumer Behaviour.....	19
2.1.6 Purchase Intention	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Pengaruh Information Quality terhadap Information Usefulness ...	28
2.3.2 Pengaruh Information Quantity terhadap Information Usefulness .	28

2.3.3	Pengaruh Information Credibility terhadap Information Usefulness	28
2.3.4	Pengaruh Information Usefulness terhadap Information Adoption	29
2.3.5	Pengaruh Information Adoption terhadap Purchase Intention.....	29
2.4	Kerangka Pemikiran	29
BAB III	33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1	Skala Pengukuran.....	38
3.3	Tahapan Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	42
3.5.1	Data Primer	42
3.5.2	Data Sekunder	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.6.3	Uji Goodnes of Fit.....	44
3.7	Teknik Analisis Data	46
3.7.1	Permodelan Persamaan Pengukuran dan Persamaan Struktural	48
3.7.2	Asumsi yang Diperlukan dalam LISREL	50
3.7.3	Uji Hipotesis	50
DAFTAR PUSTAKA	52