

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1.
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	16
2.1.2 Definisi Marketing.....	16
2.1.3 Digital Marketing.....	17
2.1.4 Implementasi Digital Marketing.....	19
2.1.5 Social Media Marketing.....	20
2.1.6 Word of Mouth & Brand Awareness.....	23
2.1.7 Purchase Intention.....	27
2.1.8 Hubungan Antar Variable.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31

2.3	Kerangka Penelitian.....	35
2.4	Hipotesis.....	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1	Operasional Variable.....	38
3.2	Populasi, Sample dan Teknik Sampling.....	39
	3.2.1 Populasi.....	39
	3.2.2 Sample.....	39
3.3	Metode Pengambilan Data.....	40
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
	3.4.1 Uji Validitas.....	41
	3.4.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.5	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
	3.5.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) PLS.....	42
	3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	47
	DAFTAR PUSTAKA.....	48
	LAMPIRAN.....	50