

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Batasan Penelitian .....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Pemasaran.....	16
2.2 Digital Marketing .....	18
2.3 Media Sosial Instagram .....	21
2.4 Electronic Word of Mouth .....	24
2.5 Brand Image .....	29
2.6 Perilaku Konsumen .....	30
2.7 Minat Beli.....	32
2.8 Keputusan Pembelian .....	32
2.9 Kerangka Penelitian .....	35
2.10 Pengaruh Antar Variabel .....	36
2.11 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	42

3.1 Objek Penelitian .....	42
3.2 Pelaksanaan Penelitian .....	42
3.3 Ruang Lingkup dan Tahapan Penelitian .....	42
3.4 Jenis dan Cara Pengumpulan Data .....	47
3.5 Metode Pengujian Intrumen .....	56
3.6 Metode Analisis Data .....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	63
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	65
4.3 Profil Responden .....	68
4.4 Analisis Data Structural Equation Model (SEM).....	76
4.5 Diskusi dan Pembahasan .....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	95
5.2 Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>