

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
PERNYATAAN KEASLIAN.....	II
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Ruang Lingkup Bahasan.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	17
2.1 <i>Social Media Marketing</i>	17
2.1.1. Strategi Pemasaran Media Sosial	18
2.1.2 Dimensi <i>Social Media Marketing</i>	21
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	23
2.3 <i>Brand Image</i>	25
2.3.1 Dimensi <i>Brand Image</i>	28
2.4 Minat Beli.....	29
2.4.1 Dimensi Minat Beli	31
2.5 Parfum	33
2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya	35
2.7 Kerangka Konseptual.....	44
2.8 Pengembangan Hipotesis	44
2.8.1 Pengembangan Pengaruh Antar Variabel	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Desain Penelitian.....	49
3.2 Penetapan Populasi Dan Sampel	50
3.2.1 Populasi Penelitian	50
3.2.2 Sampel Penelitian	51

3.3 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data	57
3.5 Metode Pengolahan Data	58
3.5.1 Uji Kualitas Instrumen	58
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	61
3.5.4 Uji F (Simultan).....	62
3.5.5 Uji t (Parsial)	63
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Karakteristik Responden.....	65
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	66
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	67
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Aktif Sosial Media	67
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Berminat untuk Membeli Parfum Lokal.....	67
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Pengalaman Menggunakan Parfum Lokal	68
4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Terlibat Interaksi Konten di Sosial Media Terkait Parfum Lokal.....	68
4.2 Uji Instrumen Penelitian	69
4.2.1 Uji Validitas	69
4.2.2 Uji Reliabilitas	70
4.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.1 Uji Normalitas	71
4.3.2 Uji Multikolinearitas	72
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.4.2 Uji F	75
4.4.3 Uji T	76
4.5 Pembahasan.....	78
4.5.1 Analisis Penelitian	81
4.6 Implikasi Manajerial	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Keterbatasan Penelitian	90
5.3 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	97