

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	8
F. Penegasan Istilah.....	9
G. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
A. Keputusan Pembelian.....	13
B. Social Media Marketing.....	17
C. Word Of Mouth.....	20

	D. Penelitian Terdahulu	23
	E. Kerangka Konseptual	29
	F. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III	: METODE PENELITIAN.....	33
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
	B. Populasi dan Sampel	35
	C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	37
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian... ..	39
	E. Analisis Data	42
BAB IV	: HASIL PENELITIAN	46
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
	B. Deskripsi Data Responden	49
	C. Deskripsi Variabel.....	47
	D. Analisis Data	54
BAB V	: PEMBAHASAN.....	66
	A. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Iffa Hijab Kediri	66
	B. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Iffa Hijab Kediri	67
	C. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Iffa Hijab Kediri	68
BAB VI	: PENUTUP.....	71

A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	76