

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
ABSTRAK	1
ABSTRACT	2
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 LATAR BELAKANG	3
1.2 RUMUSAN MASALAH	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN	6
1.4 BATASAN MASALAH	7
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	10
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.3 HIPOTESIS	15
2.4 ELECTRONIC MOUTH OF WORD	15
2.4.1 Definisi Electronic Of Word	15
2.4.2 Indikator Electronic Mouth Of Word	16
2.5 IKLAN SOSIAL MEDIA	16
2.5.1 Definisi Iklan Sosial Media	16
2.5.2 Indikator Iklan	16
2.6 BRAND AMBASSADOR	17
2.6.1 Definisi Brand ambassador	17
2.6.2 Indikator Brand Ambassador	17
2.7 MINAT BELI	17
2.7.1 Definisi Minat Beli	17
2.7.2 Indikator Minat Beli	17

2.8 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	18
2.8.1 Hubungan Electronic Word Of Mouth Dengan Minat Beli.....	18
2.8.2 Hubungan Brand Amabassador Dengan Minat Beli.....	18
2.8.3 Hubungan Iklan Media Sosial Dengan Minat Beli	18
2.8.4 Hubungan Elecetronic Word Of Mouth Dengan Brand Ambassador....	19
2.8.5 Hubungan Electronic Word Of Mouth Dengan Media Sosial	19
2.8.6 Hubungan Brand Ambassador Dengan Media Sosial	19
2.9 ANALISIS DESKRIPTIF	20
2.10 SKALA LIKERT.....	20
2.11 UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS	21
2.12 UJI ASUMSI KLASIK	22
2.13 UJI HIPOTESIS (UJI T).....	24
2.14 KOEFISIEN DETERMINASI (R ²)	25
2.15 SUMBANGAN EFEKTIF	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 METODOLOGI PENELITIAN	25
3.2 DESKRIPSI DIAGRAM ALIR	26
3.3 TABEL OPERASIONAL VARIABEL (OVA)	29
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	34
4.1 OBJEK PENELITIAN	34
4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN	34
4.2.1 Usia Responden	35
4.2.2 Domisili Responden.....	36
4.3 ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL	37
4.3.1 Deskripsi Variable Brand Ambassador	38
4.3.2 Deskripsi Variabel Electronic Word Of Mouth	40
4.3.3 Deskripsi Variabel Iklan Sosial Media.....	41
4.3.4 Deskripsi Variable Minat Beli.....	43
4.4 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS.....	44
4.4.1 Uji Validitas	44
4.4.2 Uji Reabilitas	45
4.5 UJI ASUMSI KLASIK.....	46
4.5.1 Uji Normalitas	46
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	47
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.6 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	50
4.7 KOEFISIEN DETERMINASI (R ²)	51
4.8 UJI HIPOTESIS (UJI T).....	51
4.9 UJI F (SIMULTAN).....	52
4.10 SUMBANGAN EFEKTIF	53
4.11 PEMBAHASAN.....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 KESIMPULAN.....	58
5.2 SARAN	59
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	26