

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu .....	16
B. Konsep dan Teori .....	21
1. Manajemen .....	21
a. Pengertian Manajemen .....	21
b. Fungsi Manajemen .....	23
2. Manajemen Pemasaran .....	24
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	24
b. Fungsi-fungsi Pemasaran .....	25
c. Bauran Pemasaran .....	26
3. <i>Social Media Marketing</i> .....	28
a. Pengertian Social Media Marketing .....	28
b. Indikator Social Media Marketing .....	29
4. <i>Instagram</i> .....	30

a.	Pengertian Instagram .....	30
b.	Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	31
5.	<i>Electronic Word of Mouth</i> .....	33
a.	Pengertian Electronic Word of Mouth.....	33
b.	Indikator Electronic Word of Mouth .....	34
6.	Keputusan Pembelian .....	35
a.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	35
b.	Indikator Keputusan Pembelian .....	36
C.	Kerangka Berpikir .....	37
D.	Hipotesis .....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
A.	Metode dan Pendekatan.....	42
B.	Jenis dan Sumber Data .....	43
C.	Populasi dan Sampel .....	45
D.	Operasionalisasi Variabel .....	48
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	50
F.	Teknis Analisis Data .....	52
G.	Tempat dan Jadwal Penelitian .....	62
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>64</b>
A.	Gambaran Objek Penelitian.....	64
B.	Deskripsi Data.....	66
1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	67
2.	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	72
C.	Hasil Analisis Data.....	86
1.	Hasil Uji Validitas .....	86
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	88
3.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	91
4.	Hasil Uji Hipotesis.....	93
5.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	103
D.	Pembahasan .....	104

1. Pengaruh <i>Social Media Marketing Instagram</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna <i>Provider Operator Smartfren</i> .....	104
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna <i>Provider Operator Smartfren</i> .....	105
3. Pengaruh <i>Social Media Marketing Instagram</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna <i>Provider Operator Smartfren</i> .....	107
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>109</b>
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

