

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	26
2.1.3 Variabel yang Diteliti	31
2.1.3.1 <i>Social Proof</i>	31
2.1.3.2 <i>Marketing Content</i>	35
2.1.3.3 Perilaku Konsumen	39

2.	1. 4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	46
2.2	Kerangka Pemikiran.....	48
2.3	Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Metode Penelitian yang digunakan	59
3.1	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	61
3.1.1	Definisi Variabel	61
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	62
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	64
3.3.1	Populasi	64
3.3.2	Sampel.....	65
3.5	Teknik Analisis Data.....	70
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	83
3.6.1	Tempat Penelitian	83
3.6.2	Waktu Penelitian.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		84
4.1	Hasil Penelitian	84
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	84
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	91
4.1.4	Analisis Asosiatif.....	132
4.2	Pembahasan.....	152
4.2.1	Pengaruh <i>Social Proof</i> Terhadap Perilaku Konsumen Pada Konsumen Online Stockist PT. NASA Cabang Lumbang.....	152
4.2.2	Pengaruh <i>Marketing Content</i> Terhadap Perilaku Konsumen pada Konsumen Online Stockist PT. NASA Cabang Lumbang.....	154

4.2.3	Pengaruh <i>Social Proof</i> dan <i>Marketing Content</i> Terhadap Perilaku Konsumen Pada Konsumen <i>Online</i> Stockist PT. NASA cabang Lumbung.....	156
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	162
5.1	Simpulan	162
5.2	Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA.....		165
LAMPIRAN-LAMPIRAN		162