

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.6 Sistematika Penelitian | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUTAKA..... | 7 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2 <i>Social Media Marketing</i> | 11 |
| 2.3 <i>Brand Image</i> | 12 |
| 2.4 Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.5 <i>Franchise</i> | 17 |
| 2.6 Kerangka Pemikiran | 18 |
| 2.7 Pengembangan Hipotesa..... | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 22 |
| 3.1 Metode Penelitian..... | 22 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 22 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 23 |
| 3.4 Variabel Penelitian | 24 |
| 3.5 Operasional Tabel..... | 24 |

| | | |
|---|----------------------------------|-----------|
| 3.6 | Instrumen Penelitian..... | 31 |
| 3.7 | Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 31 |
| 3.8 | Metode Dalam Analisis Data | 32 |
| 3.9 | Pengujian Asumsi..... | 35 |
| 3.10 | Analisa Data | 36 |
| 3.11 | Pengujian Hipotesis | 37 |
| BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 39 |
| 4.1 | Karakteristik Responden..... | 39 |
| 4.2 | Model Pengukuran Data..... | 41 |
| 4.3 | Uji Hipotesis..... | 50 |
| 4.4 | Pembahasan | 52 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | | 56 |
| 5.1 | Kesimpulan | 56 |
| 5.2 | Saran..... | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 58 |
| LAMPIRAN..... | | 60 |

