

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	16
1.3.1 Maksud Penelitian	16
1.3.2 Tujuan Penelitian	17
1.4 Kegunaan Penelitian	17
1.4.1 Kegunaan Praktis	17
1.4.2 Kegunaan Akademis	18
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
1.5.1 Lokasi Penelitian	18
1.5.2 Waktu Penelitian	18
BAB II	19
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	19
2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 <i>Viral Marketing</i>	19
2.1.2 Kesadaran Merek	26
2.1.3 Keputusan Pembelian	31
2.1.4 Penelitian Terdahulu	37

2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.2.1 Hubungan <i>Viral Marketing</i> terhadap Kesadaran Merek	41
2.2.2 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Keputusan pembelian.	42
2.2.3 Hubungan <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan pembelian.....	43
2.2.4 Hubungan <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Kesadaran Merek.	44
2.2.3 Hipotesis Penelitian	45
BAB III.....	47
OBJEK DAN METODE PENELITIAN	47
3.1 Objek Penelitian	47
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Desain Penelitian	50
3.4 Operasional Variabel	52
3.5 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	57
3.5.1 Sumber Data	57
3.5.2 Teknik Penentuan Data	58
3.6 Teknik Pengumpulan data.....	61
3.7 Rancangan Analisis	62
3.8 Pengujian Hipotesis	70
BAB IV	74
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	74
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	76
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	84
4.3 Analisis Deskriptif.....	86
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Viral Marketing</i> (X1)	87
4.3.2 Analisis Deskriptif Kesadaran Merek (Z)	99
4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	108
4.4 Analisis Verifikatif.....	118

4.4.1 Skema Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	118
4.4.2 Evaluasi <i>Outer Model</i>	121
4.4.3 Evaluasi <i>Inner Model</i>	126
4.4.4 Pengujian Hipotesis	131
BAB V	146
KESIMPULAN DAN SARAN	146
5.1 Kesimpulan	146
5.2 Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	163
1. Kuesioner Penelitian	165
2. Tabel Tabulasi	167
3. Tabel Analisis Verifikatif	176
4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	180
5. Lembar Revisi Sidang	181
6. Lembar Surat Balasan dari Perusahaan	183
7. Lembar Nonton Sidang	184
8. Surat Pengantar Penelitian	185
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	186