

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	19
1.3.1 Maksud Penelitian	19
1.3.2 Tujuan Penelitian	19
1.4 Kegunaan Penelitian.....	20
1.4.1 Kegunaan Akademis	20
1.4.2 Kegunaan Praktis	20
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	20
1.5.2 Waktu Penelitian	21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Kajian Pustaka.....	22
2.1.1 <i>Store Atmosphere</i>	22
2.1.1.1 Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i>	24
2.1.1.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i>	25
2.1.1.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	25
2.1.2 <i>Viral Marketing</i>	28
2.1.2.1 Pengertian <i>Viral Marketing</i>	28
2.1.2.2 Karakteristik <i>Viral Marketing</i>	31
2.1.2.3 Indikator <i>Viral Marketing</i>	31
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	32
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.1.3.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	35
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	36
2.1.4 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.2.1 Teori Keterkaitan	44
2.2.2 Keterkaitan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	45
45	
2.2.3 Keterkaitan <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.2.4 Keterkaitan <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Viral Marketing</i> Terhadap	
Keputusan Pembelian	46
2.3 Paradigma Penelitian.....	47
2.4 Hipotesis Penelitian.....	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Objek Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.2.1 Desain Penelitian.....	51
3.2.2 Operasional Variabel.....	53
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	58
3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)	58
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	59
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.4.1 Uji Validitas	62
3.2.4.2 Uji Reliabilitas	66
3.2.4.3 Uji MSI	68
3.2.5 Rancangan Analisis.....	69
3.2.5.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif	69
3.2.5.2 Analisis Verifikatif/Kuantitatif	70
3.2.6 Pengujian Hipotesis.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	78
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	78
4.1.2 Struktur Organisasi	79
4.2 Karakteristik Responden	79
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
	80
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	81
4.3	Analisis Deskriptif	82
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> (X1)	83
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Viral Marketing</i> (X2)	97
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	113
4.4	Analisis Verifikatif.....	121
4.4.1.1	Uji Asumsi Klasik.....	121
4.4.1.2	Uji Normalitas.....	122
4.4.1.3	Uji Multikolinearitas	124
4.4.1.4	Uji Heteroskedastisitas.....	125
4.4.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	127
4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi.....	128
4.4.3.1	Analisis Koefisien Korelasi Simultan	129
4.4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	129
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi	131
4.5	Pengujian Hipotesis.....	133
4.5.1	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t).....	133
4.5.2	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	136
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	139
5.1	Kesimpulan	139
5.2	Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA		143
LAMPIRAN.....		153