

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah .....	16
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	16
1.2.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	17
1.3.1 Maksud Penelitian.....	17
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Kegunaan Penelitian.....	18
1.4.1 Kegunaan Praktis .....	18
1.4.2 Kegunaan Akademis .....	18
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	19

1.5.2 Waktu penelitian .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
2.1 KAJIAN PUSTAKA .....	20
2.1.1 Definisi Viral Marketing.....	20
2.1.2 Definisi Brand Awareness .....	28
2.1.3 Definisi Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran .....	42
2.2.1 Keterkaitan Viral marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.2.2 Keterkaitan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.2.3 Keterkaitan Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.3 Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1 Objek Penelitian .....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.2.1 Desain Penelitian.....	50
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian .....	53
3.2.3 Sumber dan Teknik Pembuatan Data.....	57
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>82</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	82
4.1.1 Sejarah Singkat Scarlett Whitening .....	82
4.1.2 Sejarah Singkat Toko Rama Sinta .....	83

4.1.3 Visi Dan Misi.....	84
4.2 Karakteristik Responden .....	84
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	85
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	86
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	87
4.3 Analisis Deskriptif.....	88
4.3.1 Viral Marketing.....	89
4.3.2 Brand Awareness .....	100
4.3.3 Keputusan Pembelian .....	108
4.4 Analisis Verifikatif .....	118
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	118
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	123
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi .....	125
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi .....	129
4.5 Pengujian Hipotesis .....	132
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	132
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	138
<b>BAB V.....</b>	<b>141</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>141</b>
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran .....	143
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>146</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>155</b>