DATAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

MOTTO ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGATAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9
1.2.1 Identifikasi Masalah 9
1.2.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Maksud dan tujuan penelitian 10
1.3.1 Maksud Penelitian 10
1.3.2 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kegunaan Penelitian 11
1.4.1 Kegunaan Praktis 11
1.4.2 Kegunaan Akademis 12
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian 12
1.5.1 Lokasi Penelitian 12
1.5.2 Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 14
2.1.1 Promosi 14
2.1.1.1 Bauran Promosi 15
2.1.1.2 Indikator Variabel Promosi 17
2.1.1.3 Tujuan Promosi 18

2.1.1.4 Strategi Promosi 20
2.1.2 Viral Marketing 21
2.1.2.1 Elements Of Viral Marketing Strategy 24
2.1.2.2 Instrument Viral Marketing 26
2.1.2.3 Indikator Viral Marketing 26
2.1.3 Keputusan Pembelian 27
2.1.3.1 Jenis Prilaku Pembelian 28
2.1.3.2 Indikator Variabel Keputusan Pembelian 28
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 30
2.2 Kerangka Pemikiran 32
2.2.1 Keterkaitan Antar Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 32
2.2.2 Keterkaitan Antar Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. 32
2.2.3 Keterkaitan Antar Promosi Terhadap Viral Marketing 32
2.3 Hipotesis 34
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 35
3.2 Metode Penelitian 36
3.2.1 Desain Penelitian 38
3.2.2 Oprasional Variabel 41
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 45
3.2.3.1 Sumber Data 45
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 45
3.2.3.3 Populasi 45
3.2.3.4 Sampel 46
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 48
3.2.4.1 Uji Validitas 49

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 51
3.2.4.3 Uji MSI (Data ordinal ke Interval) 54
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 56
3.2.5.1 Rancangan Analisis 56
3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif 57
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 58
3.2.5.1.3 Analisis Regresi Sederhana dan Asumsi Klasik 59
3.2.6 Pengujian Hipotesis 63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 67
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 67
4.1.2 Struktur Organisasi 68
4.2 Karakteristik Responden 69
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 69
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 70
4.3 Analisis Deskriptif 71
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Promosi X_1 71
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Media Promosi 71
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kreativitas Promosi 72
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Diferensiasi Produk 74
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kualitas Tenaga Pemasar 75
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Viral Marketing X_2 77
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pengetahuan Produk 78

4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Informasi 78
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Membicarakan Produk 79
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Y 82
4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pengenalan Masalah 82
4.3.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pencarian Informasi 82
4.3.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Evaluasi 83
4.3.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 84
4.3.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Prilaku Pasca Pembelian 85
4.4 Analisis Verifikatis 87
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 87
4.4.2 Uji Asumsi Klasik 88
4.4.2.1 Uji Normalitas 88
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas 89
4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas 90
4.4.3 Analisi Korelasi 92
4.4.3.1 Korelasi parsial antara Promosi(X1) dengan Keputusan Pembelian (Y) 92
4.4.3.2 Korelasi parsial antara Viral Marketing (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y) 93
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi 93
4.5 Pengujian Hipotesis 95
4.5.1 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t) 95
4.5.1.1 Pengujian Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 95
4.5.1.2 Pengujian Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian 97
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 101

5.2 Saran.....102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN