

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Kesenjangan Penelitian / <i>Research Gap</i>	17
1.3 Rumusan Penelitian	22
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	24
1.5 Tujuan Penelitian	25
1.6 Manfaat Penelitian	26
1.7 Sistematika Penelitian.....	27
BAB II TELAAH PUSTAKA	29
2.1 Landasan Teori	29
2.1.1 Teori <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R)</i>	29
2.2 Definisi Variabel.....	32
2.2.1 <i>Viral Marketing</i>	32
2.2.2 <i>Perceived Value</i>	34
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	36
2.2.4 <i>Consumer Trust</i>	38
2.2.5 <i>Purchase Decision</i>	40
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	43
2.3.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	43
2.3.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Consumer Trust</i>	45

2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	47
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Consumer Trust</i>	49
2.3.5 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	51
2.3.6 Pengaruh <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	52
2.3.7 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	54
2.3.8 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	56
2.4 Kerangka Penelitian.....	58
2.5 Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	60
3.1.1 Variabel Penelitian	60
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	61
3.2 Populasi dan Sampel.....	63
3.2.1 Populasi	63
3.2.2 Sampel	63
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	65
3.3.1 Jenis Data.....	65
3.3.2 Sumber Data	65
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	66
3.4.1 Kuesioner.....	66
3.4.2 Studi Kepustakaan	67
3.4.3 <i>Pilot Test</i>	67
3.5 Metode Analisis	69
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	70
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	70
3.5.3 Uji Asumsi SEM.....	71
3.5.4 Analisis SEM.....	73
3.5.5 Uji Hipotesis	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	84
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	84
4.1.2 Deskripsi Umum Responden Penelitian	85
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	91
4.2 Uji Instrumen Penelitian	96

4.2.1 Uji Validitas.....	96
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	98
4.3 Uji Asumsi SEM.....	100
4.4 Analisis SEM.....	103
4.5 Interpretasi Hasil.....	119
BAB V PENUTUP.....	132
5.1 Simpulan.....	132
5.2 Implikasi Teoritis.....	137
5.3 Implikasi Manajerial.....	139
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	142
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	143
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN.....	154

