

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Praktis.....	12
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	12
1.5 Kajian Pustaka.....	12
1.5.1 Landasan Teori .....	12
1.5.2 Tinjauan Empiris .....	33
1.6 Hubungan Antar Variable .....	45
1.6.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Kepercayaan Konsumen .....	45
1.6.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	45
1.6.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian .....	46
1.7 Kerangka Pemikiran.....	47
1.8 Hipotesis.....	47
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	50
1.10 Metode Penelitian.....	52
1.10.1 Tipe Penelitian.....	52
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	52
1.10.3 Lokasi Penelitian .....	53
1.10.4 Populasi dan Sampel.....	53
1.10.5 Jenis Data.....	55
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data .....	55

1.10.7 Teknik Pengukuran Data .....	55
1.10.8 Uji Validitas.....	56
1.10.9 Uji Reliabilitas.....	57
1.10.10 Teknik Analisis Data .....	58
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>61</b>
2.1 Sejarah Perusahaan.....	61
2.2 Logo Somethinc .....	62
2.3 Lokasi Kantor Somethinc.....	62
2.4 Visi Misi Somethinc.....	63
2.4.1 Visi .....	63
2.4.2 Misi.....	63
2.5 Jenis Produk Somethinc .....	63
2.6 Keterkaitan Perusahaan dengan Variable Penelitian.....	67
2.6.1 Keterkaitan dengan Variable <i>Viral Marketing</i> .....	67
2.6.2 Keterkaitan dengan Variable Kepercayaan Konsumen .....	68
2.6.3 Keterkaitan dengan Variable Keputusan Pembelian .....	69
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
3.1 Hasil Uji Instrumen .....	70
3.1.1 Hasil Uji Validitas .....	71
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
3.2 Karakteristik Responden .....	74
3.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	74
3.3 Analisis Deskriptif Variable Penelitian.....	75
3.3.1 Analisis Statistik Variable <i>Viral Marketing</i> .....	76
3.3.2 Analisis Statistik Kepercayaan Konsumen.....	86
3.3.3 Analisis Statistik Variable Keputusan Pembelian .....	95
3.4 Analisis Statistik Inferensial .....	107
3.4.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	107
3.4.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	112
3.4.3 Pengujian Hipotesis .....	115
3.5 Pembahasan.....	118
3.5.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> (X) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z) .....	118
3.5.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	119

3.5.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	120
3.5.4 Pengaruh Viral Marketing (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Kepercayaan Konsumen (Z).....	121
BAB IV PENUTUP .....	122
4.1 Kesimpulan .....	122
4.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN.....	130