

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori.....	16
1. Keputusan Pembelian	16
2. <i>User Generated Content</i>	25
3. Kualitas Produk	30
4. <i>Viral Marketing</i>	34
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	41
1. Pengaruh <i>User Generated Content</i> terhadap Keputusan Pembelian	41
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
3. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	42
4. Pengaruh <i>User Generated Content</i> terhadap <i>Viral Marketing</i>	43
5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Viral Marketing</i>	44

6. Pengaruh <i>User Generated Content</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Viral Marketing</i>	45
7. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Viral Marketing</i>	46
D. Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Rancangan Penelitian	48
B. Obyek dan Waktu Penelitian.....	49
C. Populasi	49
D. Sampel dan Teknik Sampling	49
E. Jenis Data Penelitian	50
F. Prosedur Pengambilan Data	51
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	51
H. Definisi Operasional Variabel.....	52
I. Skala Pengukuran Variabel	53
J. Uji Instrumen	55
K. Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Analisis Deskriptif Responden.....	73
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	78
C. Analisis Kuantitatif Responden	82
D. Hasil Pengujian Hipotesis	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	119