

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Tinjauan Empiris.....	10
1.5.2 Tinjauan Teoritis.....	18
1.6 Hubungan Antar Variabel	27

1.7 Kerangka Pemikiran.....	29
1.8 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	30
1.8.1 Definisi Konsep.....	30
1. Viral Marketing.....	30
2. Brand Awareness	31
3. Keputusan Pembelian.....	31
1.8.2 Definisi Operasional.....	32
1. Viral Marketing.....	32
2. Brand Awareness	33
3. Keputusan Pembelian.....	34
1.9 Hipotesis.....	35
1.10 Metode Penelitian.....	37
1.10.1 Tipe Penelitian	37
1.10.2 Lokasi Penelitian.....	37
1.10.3 Sumber Data.....	38
1.10.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.10.5 Populasi dan Sampel	38
1.10.6 Teknik Sampling	41
1.10.7 Skala Pengukuran.....	41
1.10.8 Uji Instrumen	42

1.10.9	Teknik Analisis Data.....	43
1	Analisis Statistik Deskriptif	43
2	Analisis Statistik Inferensial	44
1.10.10	Uji Asumsi Klasik.....	45
1.	Uji Normalitas.....	45
2.	Uji Multikolinearitas	45
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	46
1.10.11	Uji Hipotesis	46
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		48
2.1	Pengenalan Gojek.....	48
2.2	Sejarah Gojek	48
2.3	Lokasi Perusahaan.....	49
2.4	Visi & Misi.....	49
2.5	Layanan Gojek	50
2.6	Struktur Organisasi	53
2.7	Deskripsi Tugas.....	53
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		57
3.1	Karakteristik Responden	57
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58

3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	59
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	60
3.2	Hasil Uji Instrumen	61
1.	Hasil Uji Validitas	61
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
3.3	Analisis Statistik Deskriptif	63
1.	Viral Marketing.....	64
2.	Brand Awareness	70
3.	Keputusan Pembelian	75
3.4	Analisis Statistik Inferensial	81
3.4.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	81
1.	Uji Normalitas	81
2.	Uji Multikolinearitas	82
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	83
3.4.2	Analisis Path & Pengujian Hipotesis	84
1.	Analisis Path	84
2.	Pengujian Hipotesis.....	89
3.5	Pembahasan.....	93
1.	Pengaruh Viral Marketing Terhadap Brand Awareness	93
2.	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.....	94

3. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	95
4. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness	95
BAB IV PENUTUP	97
4.1 Kesimpulan	97
4.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100