

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori: <i>Consumer Culture Theory (CCT)</i>	19
2.2 Variabel Penelitian	20
2.2.1 <i>Viral Marketing</i>	20
2.2.2 <i>Influencer Marketing</i>	26
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	28
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	31
2.3 Hubungan antar variabel	34
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
1.1 Jenis dan Lokasi Penelitian	38
1.1.1 Jenis Penelitian	38
1.1.2 Lokasi Penelitian	38
1.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
1.2.1 Variabel Penelitian	38
1.2.2 Definisi Operasional Variabel	39
1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	40
1.3.1 Populasi Penelitian	40
1.3.2 Sampel Penelitian	41
1.4 Metode Pengumpulan Data	42
1.5 Instrumen Penelitian.....	42
1.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
1.7 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	44
1.7.1 Uji Asumsi Klasik	44
A. Uji Normalitas	44

B. Uji Multikolinieritas	44
C. Uji Heterokedastisitas.....	44
1.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana dan Regresi Linear Berganda ...	45
1.7.3 Metode Pengujian Hipotesis.....	45
A. Uji Determinasi (R^2).....	45
B. Uji Parsial (Uji-t).....	45
C. Uji Simultan (Uji-f).....	46
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	47
4.1.2 Gambaran Responden Penelitian.....	47
A. Responden Berdasarkan Usia.....	48
B. Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
C. Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku.....	50
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	51
A. Analisis Deskripsi Variabel <i>Viral Marketing</i> (X1)	52
B. Analisis Deskripsi Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X2) ...	54
C. Analisis Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i> (Z)	55
D. Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Uji Validitas.....	59
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	60
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	61
A. Uji Normalitas	61
B. Uji Multikolinieritas	62
C. Uji Heterokedastisitas.....	63
4.2.4 Uji Hipotesis.....	64
A. Analisis Regresi Model I.....	64
a. Uji Determinasi (R^2).....	65
b. Uji Parsial (Uji-t).....	65
c. Uji Simultan (Uji-f).....	67
B. Analisis Regresi Model II.....	68
d. Uji Determinasi (R^2).....	69
e. Uji Parsial (Uji-t).....	69
f. Uji Simultan (Uji-f).....	70
4.3 Interpretasi Hasil	71
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Implikasi Teoritis	78
5.3 Implikasi Manajerial.....	80
5.4 Keterbatasan Penelitian	84
5.5 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	91