

## 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
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>60</b>
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
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>84</b>
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