

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

HALAMAN PENGESAHAN Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

SURAT PERNYATAAN Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

KATA PENGANTAR Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

ABSTRAK Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

ABSTRACT Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR GAMBAR Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR LAMPIRAN Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

BAB 1 PENDAHULUAN Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

1.1 Latar Belakang **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.2 Identifikasi Masalah **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.3 Batasan Masalah **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.4 Perumusan Masalah **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.5 Tujuan Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.6 Manfaat Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.6.1 Manfaat Teoritis **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.6.2 Manfaat Praktis **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

2.1 Tinjauan Pustaka **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

2.1.1 Manajemen **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

2.1.1.1 Fungsi Manajemen... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

- 2.1.2 Manajemen Pemasaran... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.3 E-WoM (*Electronic Word of Mouth*)**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.4 *Viral Marketing* **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.4.1 Prinsip Dasar *Viral Marketing***Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.4.2 Dimensi dan Indikator *Viral Marketing***Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.5 Diferensiasi Produk **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.5.1 Dimensi dan Indikator Diferensiasi Produk **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.6 Keputusan Pembelian.... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.6.1 Proses Tahapan Keputusan Pembelian**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.1.6.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.3 Kerangka Pemikiran..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.3.1 Pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.3.2 Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.3.3 Pengaruh *viral marketing* dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 2.4 Hipotesis Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.****Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.1 Desain Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.3 Definisi Operasional Variabel..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.3.1 Definisi Konseptual..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

- 3.3.2 Definisi Operasional..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.4.1 Populasi Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.4.2 Sampel Penelitian..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.4.3 Teknik Sampling **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5 Pengumpulan Data Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.1 Sumber Data Penelitian.. **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.5.3 Instrumen Penelitian..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6 Analisis Data **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.1 Rancangan Analisis..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.1.1 Analisis Deskriptif... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.1.2 Transformasi Data ... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.1.3 Analisis Verifikatif .. **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.1.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.2 Uji Hipotesis **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.2.1 Uji T (Parsial) **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 3.6.2.2 Uji F (Simultan)..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASANKesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

- 4.1 Hasil Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.1 Profil Objek Penelitian... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.2 Profil Responden..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

- 4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.3 Uji Instrumen Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.3.1 Uji Validitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.4 Analisis Deskriptif **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.4.1 Analisis Deskriptif Variabel *Viral Marketing* (X1).. **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Diferensiasi Produk (X2) **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.4.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .. **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.5 Analisis Verifikatif **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.5.1 Transformasi Data ... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.5.2 Uji Asumsi Klasik... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.5.4 Analisis koefisien determinasi **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.6 Pengujian hipotesis **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.6.1 Uji t (Pengaruh Secara Parsial) **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.1.6.2 Uji F (Pengaruh Secara Simultan) **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.2 Pembahasan Penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- 4.2.1 Pembahasan Deskriptif... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.1.1 Variabel *Viral Marketing* (X1)**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.1.2 Variabel Diferensiasi Produk (X2)**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.1.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.2 Pembahasan Verifikatif..**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.2.1 Pengaruh Parsial *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.2.2 Pengaruh Parsial Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.2.2.3 Pengaruh Simultan *Viral Marketing* dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN...**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

5.1 Kesimpulan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

5.2 Saran **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

5.2.2 Saran Bagi Peneliti..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**