

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	14
1. <i>Viral Marketing</i>	14
2. Harga.....	16
3. Kualitas Produk.....	18
4. Inovasi Produk.....	20
5. Keputusan Pembelian.....	22

B.	Penelitian Terdahulu.....	23
C.	Model dan Hipotesis Penelitian.....	34
	1. Model Penelitian.....	34
	2. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS		
A.	Metode Penelitian.....	40
	1. Jenis Penelitian.....	40
	2. Lokasi Penelitian.....	40
	3. Populasi dan Sampel.....	41
	4. Sumber data.....	42
	5. Teknik Pengumpulan Data.....	43
	6. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	44
	7. Desain Kuesioner.....	46
	8. Alat dan Bahan Penelitian.....	47
B.	Metode Analisis.....	48
	1. Uji Keabsahan/ Validitas dan Reliabilitas.....	48
	2. Analisis Statistik Deskriptif.....	49
	3. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Hasil Penelitian.....	55
	1. Gambaran Umum Responden.....	55
	2. Hasil Uji Keabsahan/Validitas dan Reliabilitas.....	55
	3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	56
	4. Hasil Analisis Data.....	64
B.	Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	80

B. Saran..... 82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga Produk Mie Gacoan.....	7
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya.....	31
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	44
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	46
Tabel 3. 3 Desain Kuesioner.....	46
Tabel 4. 1 Uji Validitas Kuesioner.....	55
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	56
Tabel 4. 3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Viral Marketing.....	58
Tabel 4. 4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Harga.....	59
Tabel 4. 5 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4. 6 Persepsi Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk.....	62
Tabel 4. 7 Persepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 9 Uji Linearitas.....	65
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4. 12 Uji Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4. 13 Uji t (Uji Parsial).....	68
Tabel 4. 14 Uji f (Uji Simultan).....	70
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambaran umum penggunaan media sosial di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 3. 1 Peta Mie Gacoan Purwokerto.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Hasil Kuesioner
- Lampiran 5. Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 6. Hasil Jumlah Pernyataan
- Lampiran 7. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 11. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 14. Hasil Uji t (Uji Parsial)
- Lampiran 15. Hasil Uji f (Uji Simultan)
- Lampiran 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi