

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH... ..</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah .....	12
G. Penegasan Istilah .....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	18
B. Digital Marketing.....	21
C. <i>Brand Image</i> .....	22

D. <i>Viral Marketing</i> .....	25
E. <i>Customer Rating</i> .....	27
F. <i>Celebrity Endorser</i> .....	29
G. Keputusan Pembelian .....	32
H. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian .....	34
I. Hubungan <i>Viral Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian .....	35
J. Hubungan <i>Customer Rating</i> dengan Keputusan Pembelian.....	37
K. Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dengan Keputusan Pembelian .....	37
L. Kajian Penelitian Terdahulu .....	39
M. Kerangka Konseptual.....	46
N. Hipotesis Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	48
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya .....	51
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	53
E. Teknik Analisis Data .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
B. Profil Responden .....	67
C. Uji Instrumen Penelitian .....	68
D. Analisis Deskriptif.....	72
E. Uji Asumsi Klasik .....	82
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
G. Uji Hipotesis .....	87
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>92</b>
A. Pengaruh <i>Brand image, Viral marketing, Customer rating</i> dan <i>Celebrity endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow oleh Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	92

B. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow oleh Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	96
C. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow oleh Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	102
D. Pengaruh <i>Customer rating</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow oleh Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	107
E. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow oleh Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	111
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>114</b>
A. KESIMPULAN .....	114
B. SARAN.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>123</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	68
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas <i>Viral Marketing</i> .....	69
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas <i>Customer Rating</i> .....	69
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	70
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif .....	72
Tabel 4. 8 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i> .....	75
Tabel 4. 9 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap <i>Viral Marketing</i> .....	76
Tabel 4. 10 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Rating</i> .....	78
Tabel 4. 11 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap <i>Celebrity Endorser</i> .....	79
Tabel 4. 12 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian....	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas .....	82
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	84
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Uji T .....	89
Tabel 4. 18 Hasil Uji F .....	87
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	4
Gambar 4. 1 Grafik P.P Plot.....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	124
Lampiran 2: Perolehan Data .....	127
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas .....	145
Lampiran 4: Hasil Uji Realiabilitas .....	148
Lampiran 5: Hasil Uji Normalitas.....	151
Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinearitas .....	152
Lampiran 7: Hasil Uji Heterokedastisitas .....	152
Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis .....	153
Lampiran 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	154
Lampiran 10: Kendali Bimbingan Skripsi .....	155
Lampiran 11: Biodata Peneliti .....	166