

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	i
SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	16
C. Rumusan Masalah	17
D. Tujuan Penelitian.....	17
E. Kegunaan Penelitian	18
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	19
G. Penegasan Variabel	20
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Manajemen Pemasaran	23
B. Viral Marketing	27
C. Digital Marketing	28

D. Brand Awareness.....	30
E. Keputusan Pembelian	31
F. Penelitian Terdahulu.....	33
G. Kerangka Teori.....	40
H. Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	44
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	50
E. Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
B. Karakteristik Responden	65
C. Deskripsi Variabel Penelitian	67
D. Teknik Analisis Data	69
BAB V PEMBAHASAN	78
A. Apakah <i>Viral Marketing</i> , <i>Digital Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i> Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow?	78
B. Apakah <i>Viral Marketing</i> Dapat Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow?	80
C. Apakah <i>Digital Marketing</i> Dapat Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow?	82
D. Apakah <i>Brand Awareness</i> Dapat Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow?	84
BAB VI PENUTUP	87

A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	97