

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I	
PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang.....	
1.2 Rumusan Masalah.....	
1.3 Tujuan Penelitian	
1.4 Batasan Masalah	
1.5 Manfaat Penelitian	
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA.....	
2.1 Penelitian Terdahulu	
2.2 Tinjauan Teori.....	
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	
2.2.2 Viral Marketing.....	
2.2.3 Kualitas Produk.....	
2.2.4 Keputusan Pembelian	
2.3 Hubungan Antar Variabel	
2.3.1 Hubungan Antara Viral Marketing Dengan Keputusan Pembelian.....	
2.3.2 Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	
2.4 Kerangka Konseptual.....	
2.5 Hipotesis	
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	
3.1 Rancangan Penelitian.....	
3.2 Devinisi Operasioanal	
3.2.1 Viral marketing.....	
3.2.2 Kualitas Produk.....	
3.2.3 Keputusan Pembelian	
3.3 Skala Pengukuran.....	

3.4	Populasi dan Sampel
3.4.1	Populasi.....
3.4.2	Sampel
3.5	Jenis Data dan Sumber Data
3.5.4	Data Primer
3.6	Metode Pengumpulan Data.....
3.6.1	Angket/Kuissoner
3.6.2	Dokumentasi
3.7	Uji instrument
3.7.1	Uji Validitas
3.7.2	Uji Reliabilitas
3.8	Teknik Analisis Data.....
3.8.1	Analisis Deskriptif
3.8.2	Analisis Regresi Berganda.....
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....
3.8.4	Uji Hipotesis

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	
4.1.1 Gambaran Umum.....	
4.2 Analisis Data.....	
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....	
4.2.2 Deskriptif Data Pelanggan	
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	
4.3.1 Uji Normalitas.....	
4.3.2 Uji Multikolineritas.....	
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	
4.4 Pengujian hipotesis	
4.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	
4.4.2 Koefisien determinasi	
4.5 Pembahasan	
4.5.1 Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

5.2 Saran

LAMPIRAN