

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12
A. Viral Marketing	12
B. Celebrity Endorser	17
C. Brand Awareness	18
D. Purchase Intention	19
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Teori	22

2.2.1 Kerangka Teori	22
2.2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.2.3 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.1.1 Waktu	45
3.1.2 Tempat Penelitian	45
3.2 Desain Penelitian	46
3.2.1 Metode Penelitian	46
3.2.2 Kontelasi pengaruh Variabel antar Variabel	47
3.3 Populasi dan Sample	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sample	49
3.4 Pengembangan Instrumen	50
1. Viral Marketing (X1)	50
2. Celebrity Endorser	56
3. Brand Awareness	61
4. <i>Purchase Intention</i>	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.6 Teknik Analisis Data	72
3.6.1 Uji Persyaratan Analisis	72
3.6.2 Persamaan Regresi Linier Sederhana	74
3.6.3 Uji Hipotesis	75
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi Pearson	76
3.6.5 Perhitungan Koefisien Determinasi	76

BAB IV_HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Deskripsi Data	77
4.1.1 Profil Responden.....	77
4.1.2 Profil Data.....	80
4.2 Teknik Analisis Data	103
4.2.1 Uji Persyaratan Analisis.....	103
4.2.2 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	106
4.2.3 Pengujian Hipotesis	111
4.2.4 Pengujian Analisis Koefisien Korelasi Pearson.....	113
4.2.5 Pengujian Koefisien Determinasi.....	115
4.3 Pembahasan.....	118
4.3.1 <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	118
4.3.2 Celebrity Endorser terhadap <i>Purchase Intention</i>	120
4.3.3 Brand Awareness terhadap <i>Purchase Intention</i>	122
BAB V_PENUTUP.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Implikasi.....	126
C. Keterbatasan Penulis	128
D. Rekomendasi.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial.....	2
Gambar 1.3 Produk Dessert Box Bittersweet By Najla.....	4
Gambar 1.4 Produk Dessert Box yang Pernah Dibeli.....	5
Gambar 1.5 Media Sosial yang Paling Sering Terlihat Iklan <i>Dessert Box</i>	5
Gambar 1.6 Celebrity Endorser Produk Bittersweet by Najla.....	6
Gambar 1.7 Kendala yang Dialami Konsumen Pada Saat Ingin Membeli <i>Dessert Box</i>	8
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	42
Gambar 3.1 Kontenlasi hubungan antar variable.....	47
Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin.....	77
Gambar 4.2 Grafik Domisili.....	78
Gambar 4.3 Grafik Usia.....	80
Gambar 4.4 Grafik Persamaan Regresi $\hat{Y} = 17,420 + 0,373 X_1$	108
Gambar 4.5 Grafik Persamaan regresi $\hat{Y} = 21,515 + 0,383 X_2$	109
Gambar 4.6 Grafik Persamaan regresi $\hat{Y} = 19,713 + 0,529 X_3$	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbandingan Jurnal.....	26
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian.....	42
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen <i>Viral Marketing</i>	50
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen <i>Celebrity Endorser</i>	57
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen <i>Brand Awareness</i>	62
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen <i>Purchase Intention</i>	66
Tabel 3.5 Skala Penilaian Instrumen.....	71
Tabel 4.1 Profil Responden Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2 Profil Responden Domisili.....	78
Tabel 4.3 Profil Responden Usia	79
Tabel 4.4 Statistika Deskriptif Data Variabel <i>Viral Marketing</i>	82
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Indikator Variabel <i>Viral Marketing</i>	83
Tabel 4.6 Statistika Deskriptif Data Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	89
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Indikator Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	90
Tabel 4.8 Statistika Deskriptif Data Variabel <i>Brand Awareness</i>	95
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Indikator Variabel <i>Brand Awareness</i>	95
Tabel 4.10 Statistika Deskriptif Data Variabel <i>Purchase Intention</i>	99
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Indikator Variabel <i>Purchase Intention</i>	100
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	103

Tabel 4.13 Uji Linieritas X1 terhadap Y	105
Tabel 4.14 Uji Linieritas X2 terhadap Y	105
Tabel 4 15 Uji Linieritas X3 Terhadap Y.....	106
Tabel 4.16 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y	107
Tabel 4.17 Persamaan Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y	108
Tabel 4.18 Persamaan Regresi Linier Sederhana X3 terhadap Y	110
Tabel 4.19 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Variabel X1 terhadap Y	111
Tabel 4 20 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Variabel X2 terhadap Y	112
Tabel 4 21 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Variabel X3 terhadap Y	113
Tabel 4.22 Uji Analisis Koefisien Korelasi Pearson X ₁ terhadap Y	113
Tabel 4.23 Analisis Koefisien Korelasi Pearson X2 terhadap Y	114
Tabel 4 24 Analisis Koefisien Korelasi Pearson X3 terhadap Y	115
Tabel 4.25 Uji Koefisien Determinasi <i>Viral Marketing Terhadap Purchase Intention</i>	116
Tabel 4 26 Uji Koefisien Determinasi <i>Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention</i>	117
Tabel 4.27 Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Awareness Terhadap Purchase Intention</i>	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Konsultasi Perbaikan Skripsi.....	140
Lampiran 2 Kuesioner Uji Coba	141
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel <i>Purchase Intention</i>	144
Lampiran 4 Skor Uji Coba Instrumen Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	147
Lampiran 5 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y)	148
Lampiran 6 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel <i>Viral Marketing</i>	150
Lampiran 7 Skor Uji Coba Instrumen Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	154
Lampiran 8 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Viral Marketing</i> (X1).....	155
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	158
Lampiran 10 Skor Uji Coba Instrumen Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X2).....	161
Lampiran 11 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X2)	162
Lampiran 12 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel <i>Brand Awareness</i>	165
Lampiran 13 Skor Uji Coba Instrumen Variabel <i>Brand Awareness</i> (X3).....	168
Lampiran 14 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X3).....	169
Lampiran 15 Hasil Pengujian Reliabilitas Uji Coba Variabel	171
Lampiran 16 Kuesioner Final Penelitian Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	172
Lampiran 17 Data Mentah Uji Final Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y)	175
Lampiran 18 Kuesioner Final Penelitian Variabel <i>Viral Marketing</i>	182
Lampiran 19 Data Mentah Uji Final Variabel <i>Viral Marketing</i>	186
Lampiran 20 Kuesioner Final Penelitian Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	193
Lampiran 21 Data Mentah Uji Final Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	196

Lampiran 22 Kuesioner Final Penelitian Variabel <i>Brand Awareness</i>	203
Lampiran 23 Data Mentah Uji Final Variabel <i>Brand Awareness</i>	206
Lampiran 24 Data Responden Uji Coba	213
Lampiran 25 Data Responden Uji Final	214
Lampiran 26 Nilai – Nilai r Product Moment	221
Lampiran 27 Nilai-nilai Distribusi t	222
Lampiran 28 Daftar Riwayat Hidup	223

