

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Latar Belakang Teori	11
2.1.1 Purchase Decision	11
2.1.2 Purchase Intention	12
2.1.3 Viral Marketing	14

2.1.4	Perceived Price	16
2.1.5	Product Quality.....	18
2.2	Kerangka Teori.....	19
2.2.1	Viral marketing dan purchase intention	19
2.2.2	Perceived price dan purchase intention	20
2.2.3	Product quality dan purchase intention	21
2.2.4	Purchase intention dan purchase decision	21
2.2.5	Viral marketing dan purchase decision	22
2.2.6	Perceived Price dan Purchase Decisions	23
2.2.7	Product Quality dan Purchase Decisions.....	23
2.3	Model Penelitian	24
2.4	Tabel Penelitian.....	25
2.5	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
1.1	Tempat dan Waktu Penelitian	27
1.1.1	Tempat Penelitian.....	27
1.1.2	Waktu Penelitian	27
3.2	Metode Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel.....	28
2.6	Pengembangan Instrumen	29
2.6.1	Viral Marketing (X1).....	30

3.3.3	Perceived Price (X2)	31
3.3.4	Product Quality (X3)	32
3.3.5	Purchase Intention (X4)	32
3.3.6	Purchase Decision (X5)	33
3.3.7	Skala Pengukuran	34
2.7	Teknik Pengumpulan Data	35
2.8	Teknik analisis data	36
2.8.1	Uji Validitas	36
2.8.2	Uji Reliabilitas	37
2.8.3	Uji Hipotesis	37
BAB IV		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Deskripsi Data	41
4.1.1	Profil Responden	41
4.1.2	Profil Data	47
4.2	Hasil	56
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.2.2	Confirmatory Factor Analysis (CFA)	60
4.2.3	Uji Hipotesis	63
4.3	Pembahasan	64
BAB V		74
PENUTUP		74
5.1	Kesimpulan	74

5.2	Implikasi.....	75
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	78
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	79
DAFTAR PUSTAKA		81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman.....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Model Sebelum Dimodifikasi	60
Gambar 4.2 Model Setelah Modifikasi	61
Gambar 4.3 Model Hipotesis	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tanggapan atau Komentar dari Konsumen.....	5
Tabel 2. 1 Variabel Penelitian.....	25
Tabel 3. 1 Indikator Adaptasi <i>Viral Marketing</i>	31
Tabel 3. 2 Indikator Adaptasi <i>Perceived Price</i>	31
Tabel 3.3 Indikator Adaptasi <i>Product Quality</i>	32
Tabel 3.4 Indikator Adaptasi <i>Purchase Intention</i>	33
Tabel 3.5 Indikator Adaptasi <i>Purchase Decision</i>	34
Tabel 3.6 Skala Penilaian Instrumen.....	34
Tabel 3.7 Goodness of Fit Indices.....	40
Tabel 4. 1 Data Responden yang Berdomisili di Jakarta.....	41
Tabel 4. 2 Data Responden yang Mengetahui Produk Mixue.....	42
Tabel 4. 3 Data Responden yang Pernah Membeli Produk Es Krim dan Boba Sebelumnya.....	42
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	44
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	45
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.10 Deskripsi Data Variabel <i>Viral Marketing</i>	49

Tabel 4.11 Deskripsi Data Variabel <i>Perceived Price</i>	49
Tabel 4.12 Deskripsi Data Variabel <i>Product Quality</i>	51
Tabel 4.13 Deskripsi Data Variabel <i>Purchase Intention</i>	53
Tabel 4.14 Deskripsi Data Variabel <i>Purchase Decision</i>	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Viral Marketing	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Perceived Price</i>	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i>	58
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i>	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i>	59
Tabel 4. 20 <i>Goodness of Fit Indices</i> Sebelum Dimodifikasi	61
Tabel 4.21 <i>Goodness of Fit</i> Setelah Dimodifikasi	62
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	64

