

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 Keputusan Penggunaan/ Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Pemasaran Viral	16
2.1.3 Selebriti <i>Endorser</i>	18
2.1.4 Kualitas Produk	21
2.1.5 Kesadaran Merek	23
2.1.6 Hasil Penelitian yang Relevan	26

2.2	Kerangka Teori dan Hipotesis	35
2.2.2	Kerangka Teori dan Hipotesis	35
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>		<b>40</b>
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.2	Desain Penelitian	40
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.4	Pengembangan Instrumen	43
3.4.1	Operasional Variabel	43
3.4.2	Variabel Penelitian	48
3.4.3	Skala Pengukuran	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.6	Teknik Analisis Data	69
3.6.1	Analisis Deskriptif	71
3.6.2	Persyaratan Analisis dan Asumsi Klasik	72
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>76</b>
4.1	Deskripsi Data	76
4.2	Teknik Analisis Data	78
4.2.1	Analisis Deskriptif	78
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	84
4.2.3	Uji Hipotesis	90
<b>BAB V. PENUTUP</b>		<b>94</b>
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Implikasi	94
5.2.1	Implikasi Teoritis	94
5.2.2	Implikasi Praktis	95

5.3 Keterbatasan Penelitian	97
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
Lampiran	102
Riwayat Hidup	110

