

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....	10
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	10
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	12
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
2.1. Tinjauan Teori.....	14
2.1.1. Keputusan Pembelian .....	14
2.1.2. Kepuasan Pelanggan .....	23
2.1.3. Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing communication</i> ) .....	27
2.1.4. Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	28
2.1.5. Saluran <i>Online (E-Marketing)</i> .....	32

2.1.6. <i>Viral Marketing</i> .....	33
2.1.7. <i>Experiential Marketing</i> .....	36
2.2. Hasil Tinjauan Sebelumnya .....	41
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	47
2.4. Hipotesis .....	49
2.5. Model Penelitian .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1. Desain Riset .....	51
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	51
3.2.1. Jenis Data .....	51
3.2.2. Sumber Data .....	52
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	53
3.3.1. Populasi .....	53
3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	53
3.4. Unit Analisis .....	54
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	56
3.5.1. <i>Viral Marketing</i> .....	56
3.5.2. <i>Experiential Marketing</i> .....	57
3.5.3. Keputusan Pembelian .....	57
3.5.4. Kepuasan Pelanggan .....	58
3.6. Teknik Analisis Data .....	59
3.6.1. Metode Pengumpulan Data .....	59
3.6.2. Uji Validitas dan Reabilitas .....	60
3.6.3. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	62
3.6.4. Uji T dan Uji F .....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	67
4.1.1. Objek Penelitian .....	67
4.1.2. Karakteristik Responden .....	67

4.2. Pembahasan Penelitian .....	71
4.2.1. Uji Validitas.....	71
4.2.2. Uji Reabilitas.....	80
4.2.3. <i>Path Analysis</i> (Analisi Jalur).....	80
4.3. Temuan Penelitian .....	87
4.3.1. Hasil Temuan Analisis Jalur Sub Struktur I.....	87
4.3.2. Hasil Temuan Analisis Jalur Sub Struktur II.....	88
4.4. Keterbatasan Penelitian .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran .....	96
5.3. Implikasi Penelitian.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>

## **DAFTAR TABEL**

Nomor	Halaman
1.1 Hasil Pra Survei .....	7
2.1 Hasil Tinjauan Sebelumnya .....	41
2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	46
3.1 Definisi Operasional Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	56
3.2 Definisi Operasional Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	57
3.3 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	58
3.4 Definisi Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan .....	59
3.5 Tabel Pernyataan Dalam Skala Likert .....	60
3.6 Kriteria Uji T Dan Uji F .....	66
4.1 Hasil Uji Validitas <i>Viral Marketing</i> .....	71
4.2 Hasil Uji Validitas <i>Experiential Marketing</i> .....	73
4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	76
4.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	78
4.5 Hail Uji Realibilitas.....	80
4.6 <i>Coefficients</i> .....	82
4.7 Tabel Anova Substruktur I.....	82
4.8 <i>Model Summary</i> .....	83
4.9 <i>Coefficients</i> .....	84
4.10 Tabel Anova Substruktur II.....	85
4.11 <i>Model Summary</i> .....	86

4.12 Pengaruh Langsung dan Tak Langsung Variabel ..... 92

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Grafik Pengguna Internet .....	2
1.2 Tingkah Laku Belanja <i>Online</i> .....	4
1.3 Diagram jumlah Pengguna <i>Online Shopping</i> .....	5
2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	19
2.2 Tahapan Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	21
2.3 <i>Strategic Experiential Modules</i> .....	38
2.4 Model Penelitian .....	50
3.1 Diagram Jalur .....	64
4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	68
4.2 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran .....	68
4.3 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Berbelanja.....	69
4.4 Karakteristik Berdasarkan Pengguna Aplikasi Lain .....	70
4.5 Model Diagram Jalur.....	81
4.6 Hubungan Kausal Substruktur I.....	88
4.7 Hubungan Kausal Substruktur II.....	90
4.8 Hubungan Kausal Substruktur I dan II.....	88