

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Komunikasi.....	11
B. Definisi Konsep Diri.....	16
C. Kepribadian.....	19

D. Viral Marketing.....	23
E. Kelebihan dan Kelemahan Viral Marketing.....	31
F. Perkembangan Viral Marketing.....	32
G. Studi Berger dan Milkman.....	36
H. Studi Terdahulu.....	39
I. Kerangka Berpikir.....	41
J. Hipotesis dan Rationale.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
B. Jenis dan Sumber Data.....	44
C. Populasi dan Sample.....	45
D. Desain Penelitian.....	46
E. Variabel dan Operasional Variabel.....	46
F. Studi Pendahuluan.....	49
G. Analisis Data.....	55

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Era Digital Marketing.....	59
B. Proses Rekrutment.....	62
C. Profil Responden.....	63

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Manipulation Check.....	67
B. Analisis Deskriptif.....	71
C. Hasil Uji Two Way Anova.....	72
D. Analisis Regresi.....	77
E. Output Profil Plots.....	78
F. Pengujian Hipotesa.....	81

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA.....	89
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92
-------------------------------	-----------