

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA TULIS	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. PERUMUSAN MASALAH	15
C. TUJUAN PENELITIAN	15
D. MANFAAT PENELITIAN	16
E. SISTEMATIKA PENULISAN	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. DEFINISI PEMASARAN	18

B. PEMASARAN <i>ONLINE</i>	19
C. <i>ONLINE SHOPPING</i>	20
D. <i>VIRAL MARKETING</i>	21
E. KEPERCAYAAN	25
F. TAHAP DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN	31
G. KEPUTUSAN PEMBELIAN	33
H. PERUMUSAN HIPOTESIS	36
I. PENELITIAN TERDAHULU	37
 BAB III METODE PENELITIAN	 41
A. JENIS PENELITIAN	41
B. UKURAN POPULASI	41
C. JENIS DATA PENELITIAN	43
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	43
E. VARIABEL PENELITIAN DAN PENGUKURAN.....	43
1. VARIABEL PENELITIAN	43
2. PENGUKURAN	44
F. TEKNIK ANALISIS DATA	45
1. UJI VALIDITAS	45
2. UJI REALIBILITAS	45
3. UJI ASUMSI KLASIK	46
1) UJI NORMALITAS	46
2) UJI MULTIKOLINEARITAS.....	47
3) UJI HETEROSKEDASTISITAS	47

4) UJI REGRESI BERGANDA	47
5) KOEFISIEN DETERMINASI NILAI R^2	48
6) UJI F DAN UJI T	49
G. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	49
1. VARIABEL TERIKAT	50
2. VARIABEL BEBAS	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. KARAKTERISTIK RESPONDEN	51
B. ANALISIS DESKRIPTIF	56
C. PEMBAHASAN HASIL PERHITUNGAN	75
1. ANALISIS HASIL UJI VALIDITAS DATA	76
2. ANALISIS HASIL UJI REALIBILITAS DATA	77
3. UJI ASUMSI KLASIK	80
4. KOEFISIEN DETERMINASI	84
5. UJI F	85
6. UJI T	86
D. PEMBAHASAN	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. KESIMPULAN	90
B. SARAN	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 PERTIMBANGAN PEMBELIAN PRODUK FASHION	11
TABEL 1.2 PERBANDINGAN RENTANG HARGA	12
TABEL 1.3 KEINGINAN MEMBELI PRODUK <i>FASHION</i>	13
TABEL 2.3 PERBANDINGAN HASIL PENELITIAN	37
TABEL 3.1 VARIABEL PENELITIAN	43
TABEL 4.1 JENIS KELAMIN	52
TABEL 4.2 USIA	52
TABEL 4.3 TINGKAT PENDIDIKAN	53
TABEL 4.4 LAMA PENGGUNAAN <i>INTERNET</i>	54
TABEL 4.5 TEMPAT MENGAKSES <i>INTERNET</i>	55
TABEL 4.6 MENYEDIAKAN INFORMASI	56
TABEL 4.7 MEMILIKI BANYAKVARIAN	57
TABEL 4.8 INFORMASI SUDAH LENGKAP	58
TABEL 4.9 PENDAPAT TENTANG TRANSAKSI	59
TABEL 4.10 MENJAGA KERAHASIAAN DATA	60
TABEL 4.11 MAMPU MEMBERIKAN INFORMASI	61
TABEL 4.12 SELALU MENJAGA REPUTASI	62
TABEL 4.13 MEMBERIKAN PELAYANAN	63
TABEL 4.14 INFORMASI APA ADANYA	64
TABEL 4.15 MEMBERIKAN KUALITAS	65
TABEL 4.16 MELAKUKAN PEMBELIAN	66
TABEL 4.17 MEMUTUSKAN MEMBELI	67

TABEL 4.18 MENYARANKAN TEMAN & KELUARGA	68
TABEL 4.19 MENGEVALUASI	69
TABEL 4.20 MELAKUKAN PEMBELIAN ULANG	70
TABEL 4.21 MERASA PUAS	71
TABEL 4.22 REKAPITULASI HASIL JAWABAN RESPONDEN	72
TABEL 4.23 HASIL UJI VALIDITAS <i>VIRAL MARKETING</i>	76
TABEL 4.24 HASIL UJI VALIDITAS KEPERCAYAAN	77
TABEL 4.25 HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN	78
TABEL 4.26 HASIL RELIABILITAS	79
TABEL 4.27 <i>ONE-SAMPLE KOLMOGROV-SMIRNOV TEST</i>	80
TABEL 4.28 MULTIKOLINIERITAS	81
TABEL 4.29 HETEROSKEDASTISITAS	82
TABEL 4.30 HASIL PERSAMAAN REGRESI	83
TABEL 4.31 MODEL SUMMARY ^B	85
TABEL 4.32 UJI F	85
TABEL 4.33 UJI T	86

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 JUMLAH PENGGUNA INTERNET	3
GAMBAR 1.2 JEJARING SOSIAL	4
GAMBAR 1.3 JUMLAH PENGGUNA INTERNET TAHUN 2015	5
GAMBAR 2.1 INDIKATOR VARIABEL KEPERCAYAAN	28
GAMBAR 2.2 PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN	31

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN 2	: TABEL REKAPITULASI KUESIONER
LAMPIRAN 3	: PENGUJIAN VALIDITAS
LAMPIRAN 4	: PENGUJIAN RELIABELITAS
LAMPIRAN 5	: STATISTIK RESPONDEN
LAMPIRAN 6	: PENGUJIAN ASUMSI KLASIK
LAMPIRAN 7	: PENGUJIAN REGRESI LINEAR SEDERHANA
LAMPIRAN 8	: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI