DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....ii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....iii

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....iv

HALAMAN KEASLIAN KARYA.....v

HALAMAN 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.....1

B. Rumusan Masalah.....12

C. Tujuan Penelitian.....13

D. Manfaat Penelitian.....13

E. Sistematika Penulisan.....14

BAB II LANDASAN TEORI.....17

A. Pengertian Pemasaran.....17

B. Pengertian *Online Shopping*.....18

C. Pengertian *E-commerce*.....21

D. Pengertian *Viral Marketing*.....26

E. Pengertian Proses Keputusan Pembelian.....30

F. Penelitian Terdahulu.....32

G. Hipotesis.....34

BAB III METODE PENELITIAN.....35

A. Jenis Penelitian.....35

B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....35

C. Jenis Data Penlitian.....37

D. Teknik Pengumpulan Data.....37

E. Variabel dan Pengukuran.....38

F. Model Penelitian.....42

G. Teknik Analisis Data.....43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....49

A. Identitas Responden.....50

B. Analisis Jawaban Responden.....56

C. Uji Validitas.....57

D. Uji Reliabilitas.....60

E. Uji Asumsi Klasik.....61

F. Analisis Regresi Berganda.....65

G. Uji Hipotesis.....67

H. Koefisien Determinasi.....69

I. Pembahasan.....70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....73

A. Simpulan.....73

B. Saran.....74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....10

Tabel 2.1 Variabel Penelitian.....27

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....32

Tabel 3.1 Item Pernyataan Kuesioner.....39

Tabel 3.2 Tabel Skor Kuesioner.....41

Tabel 4.1 Identitas Jenis Kelamin Responden.....50

Tabel 4.2 Tabel Usia Responden.....51

Tabel 4.3 Tabel Status Responden.....52

Tabel 4.4 Tabel Pekerjaan Responden.....53

Tabel 4.5 Berdasarkan Frekuensi pembelian *handphone*.....54

Tabel 4.6 Pendapatan per Bulan.....55

Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Jawaban Responden.....56

Tabel 4.8 Uji Validitas.....58

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....60

Tabel 4.10 Uji *Normalitas*.....62

Tabel 4.11 Uji *Multikolinieritas*.....63

Tabel 4.12 Uji *Heteroskedastisitas*.....64

Tabel 4.13 Analisis Regresi Berganda.....66

Tabel 4.14 Uji T.....68

Tabel 4.15 Uji F.....69

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi.....70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 20 Negara Pengguna Internet Terbanyak di Dunia.....2

Gambar 1.2 Pengguna Internet di Indonesia Pada Tahun 2016.....3

Gambar 1.3 Perilaku Pengguna Internet di Indonesia.....4

Gambar 1.4 Alasan Mengakses Internet.....5

Gambar 1.5 Pengaruh *viral marketing* pada *Shopee*.....9

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian.....30

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....34

Gambar 3.1 Model Penelitian.....42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Online

Lampiran 2 : Jawaban Responden

Lampiran 3 : Identitas Responden

Lampiran 4 : Jawaban Responden

Lampiran 5 : Uji Validitas

Lampiran 6 : Uji Reabilitas

Lampiran 7 : Uji Normalitas

Lampiran 8 : Uji Multikolinieritas

Lampiran 9 : Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 10 : Analisis Regresi Berganda dan Uji T

Lampiran 11 : Uji F

Lampiran 12 : Koefisien Determinasi

Lampiran 13 : Kartu Bimbingan Skripsi