

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL BELAKANG.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Laporan Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12

2.1.1	Digital Marketing	12
2.1.2	Minat Beli	13
2.1.3	Digital Viral Marketing	14
2.1.4	Electronic Word of Mouth (E-WOM)	16
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	20
2.4	Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Sumber Data	25
3.3	Metode Pengumpulan Data	26
3.4	Populasi dan Sampel	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel	27
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	27
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.5.1	Variabel Penelitian	29
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	29
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	32
3.7.1	Uji Validitas	32
3.7.2	Uji Reliabilitas	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	33
3.8.1.1	Convergent Validity	33
3.8.1.2	Discriminant Validity	33
3.8.1.3	Composite Reliability (ρ_c) dan Cronbach's Alpha	34
3.8.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	34
3.8.2.1	R-Square (R^2)	34
3.8.2.2	Goodness of Fit (GoF)	35

3.8.2.3	F-Square (<i>Effect Size</i>)	35
3.8.3	Uji Hipotesis dan Efek Mediasi	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Deskripsi Data	36
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	36
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	39
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
4.2.1	Uji Validitas.....	46
4.2.2	Uji Reliabilitas	47
4.3	Hasil Analisis Data	48
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	48
4.3.1.1	Convergent Validity	48
4.3.1.2	Discriminant Validity	51
4.3.1.3	Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	52
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
4.3.2.1	R-Square (R^2).....	53
4.3.2.2	Goodness of Fit (GoF).....	54
4.3.2.3	F-Square (Effect Size)	55
4.3.3	Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	56
4.3.3.1	Path Coefficient (Direct Effect).....	56
4.3.3.2	Specific Indirect Effect	57
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN		