

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Bagi Akademisi	10
1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan	11
1.5.3 Manfaat Bagi Institusi.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	11

Bab I : Pendahuluan.....	11
Bab II : Landasan Teori	11
Bab III : Metode Penelitian.....	12
Bab IV : Hasil Dan Pembahasan	12
Bab V : Kesimpulan Dan Saran.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Grand Theory.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Dimensi Perilaku Konsumen.....	13
2.2 <i>Influencer Marketing</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	15
2.2.2 Tujuan <i>Influencer Marketing</i>	17
2.2.3 Jenis-jenis <i>Influencer Marketing</i>	18
2.2.4 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	19
2.3 <i>Viral Marketing</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Viral Marketing</i>	20
2.3.2 Jenis-jenis <i>Viral Marketing</i>	21
2.3.3 Media Aplikasi <i>Viral Marketing</i>	22
2.3.4 Kelebihan Dan Kekurangan <i>Viral Marketing</i>	24
2.3.5 Indikator <i>Viral Marketing</i>	24
2.4 Proses Kemudahan Pembelian	25
2.4.1 Definisi Proses Kemudahan Pembelian.....	25
2.4.2 Tujuan Kemudaha Pembelian.....	27
2.4.3 Dimensi Kemudahan Pembelian.....	27
2.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Kemudahan Pembelian. 28	
2.4.5 Indikator Proses Kemudahan Pembelian	28
2.5 Keputusan Pembelian Produk	29
2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian Produk.....	29
2.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian	31
2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk .	32

2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian Produk.....	34
2.5.5 Dimensi Keputusan Pembelian	35
2.6 Penelitian Terdahulu	37
2.7 Kerangka Pikir	40
2.8 Hipotesis.....	41
2.8.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk.....	41
2.8.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk..	41
2.8.3 Pengaruh Proses Kemudahan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk.....	42
2.8.4 Pengaruh <i>Influencer Marketing, Viral Marketing, Proses Kemudahan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk</i>	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Metode Penelitian.....	44
3.2 Sumber Data.....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Variabel Penelitian	48
3.5.1 Variabel Bebas (<i>Independen</i>).....	48
3.5.2 Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)	48
3.6 Operasional Variabel.....	49
3.7 Metode Analisis Data	51
3.7.1 Outer Model	52
3.7.2 Inner Model	53
3.8 Pengujian Hipotesis	54
3.9 Langkah-langkah analisis SEM	55
3.10 Perhitungan Q-Square	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi Data	60

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.1.2 Hasil Uji Deskripsi Responden	63
4.2 Uji Analisis Data	68
4.2.1 <i>Evaluation Of Measurement Model (Outer Model)</i>	68
4.2.2 Hasil Uji Mengevaluasi <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	72
4.2.3 Hasil Uji Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	72
4.2.4 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	75
4.2.5 Pengujian <i>Model Struktural (Inner Model)</i>	75
4.3 Uji Hipotesis	77
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh <i>Influencer Marketing (X1)</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y)	78
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh <i>Viral Marketing (X2)</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
4.3.2 Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh Proses Kemudahan Pembelian (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing (X1)</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y)	80
4.4.2 Pembahasan Pengaruh <i>Viral Marketing (X2)</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y)	81
4.4.3 Pembahasan Pengaruh Proses Kemudahan Pembelian (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	