

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Praktis	12
1.4.2 Kegunaan Akademis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
1.5 Pemasaran.....	14
1.5.1 Pengertian Pemasaran	14
1.6 Manajemen Pemasaran.....	14
1.7 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	15
1.8 Fungsi Manajemen Pemasaran	15
1.9 Viral Marketing	16
1.10 Strategi Pemasaran Viral	16
1.11 <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
1.11.1 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM)	18
1.12 Minat Beli.....	20
1.12.1 Pengertian Minat Beli	22
1.12.2 Dimensi Minat Beli	22
1.13 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran	22

1.13.1	Penelitian Terdahulu	22
1.13.2	Kerangka Pemikiran.....	34
1.14	Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
1.15	Jenis Penelitian	36
1.16	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	36
1.17	Jenis dan Sumber Data Penelitian	36
1.18	Operasional Variabel	36
1.19	Metode Penarikan Sampel.....	38
1.20	Metode Pengumpulan Data	40
1.21	Metode Pengolahan Analisis Data.....	41
1.21.1	Uji Instrumen	41
1.21.2	Analisis Deskriptif	42
1.21.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
1.21.4	Regresi Linier Sederhana	44
1.21.5	Analisis Koefisien Determinasi	44
1.21.6	Uji Hipotesis (Uji T)	44