

DAFTAR PUSTAKA

KATA PENGANTAR.....	I
ABSTRAK	III
ABSTRACT.....	IV
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH.....	11
1.3. PEMBATAHAN MASALAH.....	12
1.4. RUMUSAN MASALAH	12
1.5. TUJUAN PENELITIAN	12
1.6. MANFAAT PENELITIAN.....	13
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. KERANGKA TEORITIS	14
2.1.1. Keputusan Pembelian	14
2.1.2. <i>Brand Ambassador</i>	21
2.1.3. <i>Viral Marketing</i>	25
2.2. PENELITIAN RELEVAN.....	34
2.3. KERANGKA BERPIKIR.....	35
2.4. HIPOTESIS	37
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	38
3.1. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	38
3.2. POPULASI DAN SAMPEL	38
3.2.1. Populasi.....	38
3.2.2. Sampel	39
3.3. VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL	40
3.3.1. Variabel Penelitian.....	40
3.3.2. Definisi Operasional	40
3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	42
3.5. UJI INSTRUMEN PENELITIAN	43
3.5.1. Uji Validitas.....	44
3.5.2. Uji Reliabilitas	44

3.6. TEKNIK ANALISIS DATA.....	45
3.6.1. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.6.3. Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. HASIL PENELITIAN	50
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.2. Identifikasi Responden	51
4.1.3. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	52
4.2. UJI INSTRUMEN PENELITIAN	55
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	56
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Viral Marketing</i> (X2).....	57
4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.3. UJI ASUMSI KLASIK	59
4.3.1. Uji Normalitas.....	59
4.3.2. Uji Multikolinearitas.....	60
4.3.3. Uji Heterokedastisitas	61
4.4. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA.....	62
4.5. PENGUJIAN HIPOTESIS	63
4.5.1. Uji T.....	63
4.5.2. Uji F	65
4.5.3. Koefisien Determinasi	66
4.6. PEMBAHASAN.....	67
4.6.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap <i>Korean Spicy Chicken</i>	67
4.6.2. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap <i>Korean Spicy Chicken</i>	68
4.6.3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap <i>Korean Spicy Chicken</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. KESIMPULAN	70
5.2. SARAN.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72