

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kerangka Teori.....	15
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	22
2.1.3 <i>Viral Marketing</i> (Pemasaran Viral).....	29
2.1.4 <i>Price</i> (Harga)	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Berpikir	39
2.4 Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.2 Populasi Dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43

3.3	Jenis Penelitian.....	44
3.4	Variabel Penelitian	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6	Lay Out Angket Dan Defenisi Operasional.....	47
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.7.1	Uji Validitas	50
3.7.2	Uji Reliabilitas	50
3.8	Teknik Analisis Data	51
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.8.3	Uji Hipotesis.....	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
4.2	Uji Instrumen Penelitian.....	58
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.2	Deskripsi Variabel penelitian.....	66
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	80
4.2.4	Uji Regresi Linear Berganda	86
4.2.5	Uji Hipotesis.....	88
4.3	Pembahasan Hasil penelitian.....	93
4.3.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (X1) terhadap pembelian Hanasui	93
4.3.2	Pengaruh <i>Viral marketing</i> (X2) terhadap pembelian Hanasui	94
4.3.3	Pengaruh <i>Price</i> (X3) terhadap pembelian Hanasui.....	95
4.3.4	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (X1), <i>Viral marketing</i> (X2), dan <i>Price</i> (X3)	97
BAB V	PENUTUP.....	99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA		104