

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6.1 Aspek Teoritis	11
1.6.2 Aspek Praktis	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13
BAB II	15
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 <i>Digital Business</i>	15
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.3 <i>Viral Marketing</i>	18
2.1.4 <i>Informativeness</i>	19
2.1.5 <i>Entertainment</i>	19
2.1.6 <i>Irritation</i>	19

2.1.7	<i>Source Credibility</i>	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Kerangka Pemikiran	23
2.4	Hipotesis Penelitian	24
2.4.1	<i>Informativeness</i>	24
2.4.2	<i>Entertainment</i>	25
2.4.3	<i>Irritation</i>	25
2.4.4	<i>Source Credibility</i>	26
BAB III		27
3.1	Karakteristik Penelitian	27
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	28
3.2.1	Variabel Operasional.....	28
3.2.2	Skala Pengukuran.....	31
3.3	Tahapan Penelitian	32
3.4	Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Sampel.....	33
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	34
3.5.1	Sumber Data Primer	34
3.5.2	Sumber Data Sekunder.....	34
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Reliabilitas	36
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	38
3.7.1	Statistik Deskriptif	38
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	39
3.7.3	Uji Hipotesis.....	40
BAB IV		43
4.1	Karakteristik Responden	43
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.3	Uji Asumsi Klasik	54
4.4	Uji Hipotesis.....	58

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71