

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2. Tingkat Indikator Dengan Skala Likert.....	39
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2. Tingkat Usia Responden	48
Tabel 4.3. Uang Saku Responden Per Bulan	49
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Viral Marketing	54
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan	57
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.9. Pengujian Distribusi Data	61
Tabel 4.10. Hasil Uji Test Of Linearity Substruktural I	62
Tabel 4.11. Hasil Uji Test Of Linearity Substruktural II	63
Tabel 4.12. Hasil Uji Test Of Linearity Substruktural II	63
Tabel 4.13. Hasil Uji Analisis Path Substruktural I	64
Tabel 4.14. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Substruktural I	65
Tabel 4.15. Hasil Uji Parsial (T) Substruktural I	66
Tabel 4.16. Hasil Uji Analisis Path Substruktural II	68
Tabel 4.17. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Substruktural II	68
Tabel 4.18. Hasil Uji Parsial (T) Substruktural II	70
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Internet Indonesia	2
Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2. Tahap Antara Evaluasi Berbagai Alternative Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Model Penelitian	30
Gambar 4.1. Diagram Jalur Persamaan Substruktural I	64
Gambar 4.2. Diagram Jalur Persamaan Substruktural II	67
Gambar 4.3. Model Struktur Akhir	71