

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
LEMBAR PENGESAHAN		
LEMBAR PERSEMBAHAN		
ABSTRACT		i
ABSTRAKSI		ii
KATA PENGANTAR		iii
DAFTAR ISI		iv
DAFTAR TABEL		vi
DAFTAR GAMBAR		vii
DAFTAR ISTILAH		viii
BAB-I	PENDAHULUAN	
	1.1. Latar Belakang	I-1
	1.2. Perumusan Masalah	I-2
	1.3. Tujuan Penelitian	I-3
	1.4. Manfaat Penelitian	I-3
	1.5. Batasan Masalah	I-3
BAB-II	LANDASAN TEORI	
	2.1. Electronic Commerce (E-Commerce)	II-1
	2.1.1. Defenisi E-Commerce	II-1
	2.1.2. Keuntungan E-Commerce	II-1
	2.1.3. Jenis E-Commerce	II-1
	2.2. Multi Level Marketing (MLM)	II-2
	2.2.1. Definisi MLM	II-2
	2.2.2. Konsep MLM	II-3
	2.2.3. Keuntungan MLM	II-4
	2.3. Viral Marketing	II-4
	2.3.1. Definisi Viral Marketing	II-4
	2.3.2. Konsep Viral Marketing	II-5
	2.3.3. Viral Marketing di Toko Buku Online Gamediacyberstore.com	II-5
	2.3.4. Elemen Dasar Viral Marketing	II-6
BAB-III	METODELOGI PENELITIAN	
	3.1. Model Konseptual	III-1
	3.2. Kerangka Pemecahan Masalah	III-2
	3.2.1. Perumusan Masalah	III-4
	3.2.2. Tujuan Penelitian	III-4
	3.2.3. Pembatasan Masalah	III-4
	3.2.4. Studi Pendahuluan	III-4
	3.2.4.1. Studi Literatur	III-4
	3.2.4.2. Studi Lapangan	III-4
	3.2.5. Identifikasi Kondisi Eksisting Sistem	III-4
	3.2.6. Identifikasi Kebutuhan Program Pemasaran Baru	III-5
	3.2.7. Perancangan Program Viral Marketing	III-5
	3.2.8. Verifikasi Hasil Perancangan	III-5
	3.2.9. Analisa Hasil Perancangan	III-5

	3.2.10. Kesimpulan dan Saran	III-5
BAB-IV	ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM	
	4.1. Analisa Sistem	IV-1
	4.1.1. Analisa Kondisi Eksisting	IV-1
	4.1.2. Identifikasi Kebutuhan Program Pemasaran Baru	IV-4
	4.2. Perancangan Sistem	IV-4
	4.2.1. Flowchart Proses Belanja Setelah Adanya Program Viral Marketing	IV-4
	4.2.2. Uraian Flowchart Proses Belanja Setelah Adanya Program Viral Marketing	IV-7
	4.2.3. Program Viral Marketing	IV-7
	4.2.3.1. Syarat Kepesertaan Dalam Program Viral Marketing	IV-9
	4.2.3.2. Desain Program Viral Marketing	IV-10
BAB-V	VERIFIKASI DAN ANALISA HASIL PERANCANGAN	
	5.1. Verifikasi Hasil Perancangan	V-1
	5.1.1. Verifikasi Hasil Perancangan Untuk Konsumen atau Anggota	V-1
	5.1.2. Verifikasi Hasil Perancangan Untuk Perusahaan	V-3
	5.2. Analisa Hasil Perancangan	V-4
	5.2.1. Analisa Berdasarkan 6 Elemen Dasar Viral Marketing	V-4
	5.2.2. Analisa Promosi Hasil Perancangan	V-5
	5.2.3. Analisa Kekuatan dan Kelemahan Hasil Perancangan	V-7
	5.2.3.1. Analisa Kekuatan Hasil Perancangan	V-7
	5.2.3.2. Analisa Kelemahan Hasil Perancangan	V-7
	5.2.4. Perbandingan Antara Sistem Lama Dengan Sistem Baru	V-8
	5.2.4.1. Sistem Lama	V-8
	5.2.4.2. Sistem Baru	V-8
BAB-VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	6.1. Kesimpulan	VI-1
	6.2. Saran	VI-1
	6.2.1. Untuk Perusahaan	VI-1
	6.2.2. Untuk Penelitian Lanjutan	VI-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN