

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto.....	v
Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract .....	xviii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah .....	14
G. Penegasan Istilah .....	15

H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	17
--	----

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	19
B. Bauran Pemasaran .....	26
C. Bauran Promosi .....	28
D. <i>Celebrity Endorsements</i> (Dukungan Selebriti).....	31
E. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	47
F. Kajian Penelitian Terdahulu .....	57
G. Kerangka Konseptual .....	75
H. Hipotesis Penelitian .....	77

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	78
B. Populasi, Teknik Sampel dan Sampel Penelitian .....	78
1. Populasi .....	79
2. Teknik Sampel.....	79
3. Sampel .....	80
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	81
1. Sumber Data .....	81
2. Variabel Penelitian .....	81
3. Definisi Operasional Variabel .....	82
4. Skala Pengukuran .....	86
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	87

1. Teknik Pengumpulan Data .....	87
2. Instrumen Penelitian .....	88
E. Teknik Analisis Data .....	96
1. Uji Validitas .....	96
2. Uji Reliabilitas .....	96
3. Uji Asumsi Klasik .....	97
4. Uji Linier Berganda .....	98
5. Uji Hipotesis .....	99

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Shopee .....	101
B. Deskripsi Hasil Penelitian .....	102
C. Karakteristik Responden .....	103
1. Jenis Kelamin .....	103
2. Usia .....	104
3. Pendapatan/Uang Saku Perbulan .....	104
4. Frekuensi Pembelian .....	105
5. Media Melihat Iklan .....	106
6. Pengalaman Melihat Shopee <i>Live</i> .....	106
7. Melihat Iklan Selebriti .....	107
D. Deskripsi Variabel .....	109
E. Pengujian Hipotesis .....	110
1. Uji Validitas .....	110
2. Uji Reliabilitas .....	113

3. Uji Normalitas .....	114
4. Uji Multikolinearitas .....	115
5. Uji Heterokedastisitas.....	117
6. Uji Regresi Linear .....	118
7. Uji Hipotesis.....	121
8. Koefisien Determinasi .....	125

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	127
B. Pengaruh Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	129
C. Pengaruh Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	131
D. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	134
E. Pengaruh <i>Celebrity Endorsements</i> (Dukungan Selebriti) Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> .....	137
F. Pengaruh determinan bauran promosi berupa periklanan, penjualan pribadi, publisitas, promosi penjualan, dan <i>celebrity endorsements</i> (dukungan selebriti) terhadap keputusan pembelian secara <i>Online</i> .....	139

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	143
B. Saran .....	144

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**