

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris).....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Hipotesis.....	8
G. Manfaat Penelitian .....	8
H. Penegasan Istilah.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Keputusan Pembelian .....	11
1. Pengertian keputusan pembelian.....	11
2. Karakteristik yang mempengaruhi konsumen.....	11
3. Peran konsumen dalam membeli.....	19
4. Jenis-jenis tingkah laku keputusan pembelian .....	19
5. Proses keputusan pembeli .....	21
B. Toko Online.....	25
1. Pengertian Toko Online .....	25
2. Konsep Toko Online .....	25
3. Komponen Toko Online .....	29
4. Kelebihan Toko Online.....	30
5. Manfaat dan Konsekuensi Toko Online.....	31

C. Toko Konvensional .....	34
D. Media Sosial .....	34
1. Pengertian Media Sosial .....	34
2. Fungsi Media Sosial .....	34
3. Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	35
E. Instagram .....	35
1. Pengertian Instagram .....	35
2. Sejarah Instagram .....	36
3. Fitur-Fitur Instagram .....	40
4. Penggunaan Media Sosial Instagram .....	44
5. Kelebihan Instagram .....	46
F. Promosi .....	46
1. Pengertian Promosi .....	46
2. Sarana Promosi .....	48
3. Sifat-Sifat Sarana Promosi .....	49
4. Tujuan Promosi .....	51
G. Kerangka Konseptual .....	54
H. Penelitian Terdahulu .....	55

### **BAB III METODE PENELITIAN .....64**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	64
1. Pendekatan Penelitian .....	64
2. Jenis Penelitian .....	64
B. Populasi dan Sampel .....	65
1. Populasi .....	65
2. Sampel .....	66
C. Teknik Pengumpulan Data .....	67
1. Kuisisioner .....	67
2. Studi Dokumentasi .....	68
D. Instrumen Penelitian .....	68
E. Uji Coba Instrumen .....	70
1. Uji Validitas .....	70
2. Uji Realiabilitas .....	71
3. Uji Normalitas .....	72
F. Teknik Analisis Data .....	72

### **BAB IV HASIL PENELITIAN.....74**

A. Perbedaan antara Keputusan Pembelian Toko Online dan Toko Konvensional .....	74
1. Karakteristik Responden .....	74
2. Analisa Deskriptif Data Variabel Keputusan Pembelian .....	77
B. Signifikansi Perbedaan antara Toko Online dan Toko Konvensional .....	106
1. Uji Validitas .....	106
2. Uji Reabilitas .....	116

3. Uji Normalitas .....	117
4. Uji T-Test .....	117
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>119</b>
A. Perbedaan antara Keputusan Pembelian pada Toko Online dan Toko Konvensional .....	119
1. Perbandingan Karakteristik Responden.....	119
2. Perbandingan Sebaran Distribusi pada Sub-Variabel Keputusan Pembelian .....	120
B. Signifikansi Perbedaan antara Keputusan Pembelian pada Toko Online dan Toko Konvensional .....	129
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>133</b>
A. Kesimpulan .....	133
B. Saran.....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>135</b>