

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</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 ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Manfaat Penelitian .....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	14
G. Definisi Operasional dan Cara Mengukurnya.....	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	18

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran.....	21
B. Keputusan Pembelian Konsumen .....	22
C. Keragaman Produk.....	28
D. Persepsi Harga.....	30
E. Promosi Online .....	36
F. Penelitian Terdahulu .....	41
G. Hubungan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	47
H. Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
I. Hubungan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
J. Kerangka Konseptual .....	49
K. Hipotesis Penelitian.....	50

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	
1. Pendekatan Penelitian .....	52
2. Jenis Penelitian.....	53
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	
1. Populasi.....	53
2. Sampling .....	53
3. Sampel Penelitian.....	54
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	
1. Sumber Data.....	55
2. Variabel Penelitian .....	56

3. Skala Pengukuran.....	57
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Data	
1. Teknik Pengumpulan Data.....	58
2. Instrumen Penelitian.....	59
3. Uji Instrumen Penelitian .....	60
E. Teknik Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik .....	64
2. Analisis Linier Berganda .....	66
3. Uji Hipotesis .....	67
4. Analisis Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	69

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

A. Deskripsi Data	
1. Profil Usaha Toko Dayscraf.....	70
2. Produk Toko Dayscraf .....	71
3. Visi dan Misi.....	72
B. Profil Responden.....	72
C. Karakteristik responden.....	73
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	73
E. Analisis data	
1. Validitas .....	79
2. Reabilitas.....	83
F. Uji Asumsi Klasik	
1. Normalitas .....	85

2. Multikolinearitas .....	86
3. Heterokedastisitas .....	87
G. Analisis regresi liner berganda.....	88
H. Uji hipotesis	
1. Uji F .....	90
2. Uji t .....	91
I. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	92
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Keragaan Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Dayscraf.....	94
B. Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Dayscraf .....	97
C. Pengaruh Promosi Online (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Dayscraf.....	99
D. Pengaruh Keragaman Produk (X1), Persepsi Harga (X2) , dan Promosi Online (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Dayscraf .....	102
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	107
B. Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>