

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Keputusan Pembelian	15
B. Keragaman Produk	20
C. Persepsi Harga	23
D. Pemasaran Online	25
E. Kajian Penelitian Terdahulu	32
F. Kerangka Konseptual	42
G. Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	45
B. Populasi, Teknik Sampling, Dan Sampel Penelitian	45

C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukuran	47
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian	49
E. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Validitas Dan Uji Realibilitas.....	52
2. Uji Asumsi Klasik	55
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4. Uji Hipotesis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	60
A. Deskripsi Objek Penelitian	60
1. Letak Geografis Penelitian	60
2. Profil Dan Sejarah Gerai Nyoklat Klasik Kampungdalem.....	60
B. Karakteristik Responden	61
C. Analisis Deskriptif Variabel	63
D. Analisis Data.....	68
BAB V PEMBAHASAN	82
A. Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Gerai Nyoklat Klasik Kampungdalem Tulungagung	82
B. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Gerai Nyoklat Klasik Kampungdalem Tulungagung	83
C. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Gerai Nyoklat Klasik Kampungdalem Tulungagung	84
D. Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Gerai Nyoklat Klasik Kampungdalem Tulungagung	86
BAB VI PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	95