

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar</b> .....	i
<b>Halaman Sampul Dalam</b> .....	ii
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	iii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iv
<b>Halaman Motto</b> .....	v
<b>Halaman Persembahan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xv
<b>Daftar Gambar</b> .....	xvi
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xvii
<b>Abstrak</b> .....	xviii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	9
G. Penegasan Istilah .....	9
1. Penegasan Konseptual .....	9
2. Penegasan Operasional .....	11

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	9
B. Keputusan Pembelian .....	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	10
2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
3. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	11
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
C. <i>Digital Marketing</i> .....	14
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	14
2. Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	15
D. Kualitas Produk .....	16
1. Pengertian Kualitas Produk .....	16
2. Indikator Kualitas Produk.....	17
E. Harga.....	19
1. Pengertian Harga .....	19
2. Penentuan Harga.....	20
3. Tujuan Penentuan Harga.....	20
4. Indikator Harga.....	21
F. Selera Konsumen .....	22
1. Pengertian Selera Konsumen .....	22
2. Indikator Selera Konsumen .....	23
G. Kualitas Pelayanan.....	23
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	23

2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	25
H. Penelitian Terdahulu.....	26
I. Kerangka Konseptual.....	35
J. Hipotesis Penelitian.....	36
K. Hubungan Antar Variabel.....	38
1. Hubungan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Pembelian.....	38
2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Pembelian.....	38
3. Hubungan Harga Terhadap Pembelian.....	39
4. Hubungan Selera Konsumen Terhadap Pembelian.....	39
5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian.....	40

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
1. Pendekatan Penelitian.....	41
2. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi, Sampling dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampling.....	43
3. Sampel.....	43
C. Sumber Data, Variabel dan Skala.....	44
1. Sumber Data.....	44
2. Variabel.....	45
3. Skala Pengukuran.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument Penelitian.....	46

1. Teknik Pengumpulan Data .....	46
2. Instrument Penelitian .....	47
E. Analisis Data.....	49
1. Uji Instrumen Penelitian .....	49
a. Uji Validitas .....	49
b. Uji Reliabilitas .....	50
2. Uji Multikolinearitas .....	50
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
5. Pengujian Hipotesis .....	51
a. Uji F (Uji Koefisien Regresi Simultan).....	51
b. Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial).....	52
6. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Heterokedastisitas .....	53
b. Uji Normalitas .....	53

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

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Sejarah Industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri .....	54
2. Profil Industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri .....	56
3. Struktur Organisasi Industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri .....	56
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	58
C. Deskripsi Variabel .....	59
D. Hasil Analisis Data .....	65
1. Uji Instrumen Penelitian .....	65
a. Uji Validitas .....	65
b. Uji Reliabilitas .....	66
2. Uji Multikolinearitas.....	67
3. Uji Regresi Linear Berganda .....	68
4. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	70
5. Uji Hipotesis .....	71
a. Uji F (Uji Koefisien Regresi Simultan).....	71
b. Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial).....	73
6. Uji Asumsi Klasik.....	75
a. Uji Heterokedastisitas .....	75
b. Uji Normalitas .....	77

## **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , Kualitas Produk, Harga, Selera Konsumen dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.....	79
B. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung ...	83

C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung ...	85
D. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung .....	87
E. Pengaruh Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung ...	90
F. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung .....	92

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**