

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Skripsi.....	16
BAB II: LANDASAN TEORI.....	18
A. Strategi Pemasaran	18
B. Keputusan Pembelian.....	27
C. Digital Marketing	39
D. Kualitas Produk	45
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	51
F. Kerangka Konseptual	60
G. Pengembangan Hipotesis Penelitian	60
BAB III: METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Populasi, Sampel Dan Sampling Penelitian	63
C. Sumber Data, Variable dan Skala Pengukuran	65
D. Teknik Pengumpulan Data	67

E. Teknik Analisis Data.....	69
BAB IV: HASIL PENELITIAN	81
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
B. Hasil Penelitian	82
C. Pengujian Instrumen Data	86
D. Uji Asumsi Klasik	91
E. Analisis Statistik.....	94
BAB V: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	99
A. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Samabal Bawang Cobek Mbok Djilah Tulungagung.....	99
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Samabal Bawang Cobek Mbok Djilah Tulungagung.....	100
C. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Samabal Bawang Cobek Mbok Djilah Tulungagung.....	103
BAB VI: PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	