

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	1
SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian.....	9
F. Definisi Operasional Variabel.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Tinjauan Pustaka.....	14
1. <i>Digital Marketing</i>	14
a. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	14
b. Manfaat <i>Digital Marketing</i>	16
c. Indikator <i>Digital Marketing</i>	17
2. Harga.....	18
a. Pengertian Harga.....	18
b. Faktor Penetapan Harga.....	19
c. Metode Penetapan Harga.....	21
d. Indikator Harga.....	23
3. Kualitas Produk.....	24
a. Pengertian Kualitas Produk.....	24
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas.....	25
c. Indikator-Indikator Kualitas Produk.....	27
4. Keputusan Pembelian.....	28
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28

b. Struktur Keputusan Pembelian	30
c. Indikator Keputusan Pembelian	33
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Hubungan Antar Variabel	43
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	44
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4. Pengaruh Digital Marketing, Lokasi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	47
5. Kerangka Konseptual.....	48
D. Hipotesis Penelitian	49
E. Mapping, Indikator dan Teori	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
A. Jenis Pendekatan Penelitian	51
1. Jenis Penelitian	51
2. Pendekatan Penelitian	51
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	52
1. Populasi Penelitian.....	52
2. Sampling	52
3. Sampel	53
C. Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran.....	54
1. Sumber Data	54
2. Variabel Penelitian.....	55
3. Skala Pengukuran	56
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	57
1. Teknik Pengumpulan Data.....	57
2. Instrumen Penelitian	57
E. Teknik Analisis Data.....	60
1. Statistik Deskriptif	60
2. Analisis Uji Instrumen	61
3. Uji Asumsi Klasik.....	62
4. Uji Analisis Regresi Berganda	64
5. Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN	67
A. Deskripsi Objek Penelitian	67
1. Gambaran Objek Penelitian	67
2. Visi Misi Objek Penelitian.....	68
3. Struktur Organisasi	69
4. Uraian Tugas	70
B. Analisis Deskriptif	78

1. Deskriptif Karakteristik Responden.....	78
2. Deskripsi Data Variabel.....	79
C. Analisis Data.....	84
1. Uji Validitas.....	84
2. Uji Reliabilitas.....	86
3. Uji Asumsi Klasik.....	87
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	90
5. Uji Hipotesis.....	92
BAB V PEMBAHASAN.....	96
A. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamur Krispy Gazebo Ngadiluwih Kediri.....	96
B. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian produk Jamur Krispy Gazebo Ngadiluwih Kediri.....	97
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Jamur Krispy Gazebo Ngadiluwih Kediri.....	98
D. Pengaruh Variabel <i>Digital Marketing</i> , Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamur Krispy Gazebo Ngadiluwih Kediri.....	100
BAB VI PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105