

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	8
G. Penegasan Istilah.....	8
H. Sistematika Penulisan Skripsi	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keputusan Pembelian.....	14
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2. Tahapan Keputusan Pembelian	15

3. Indikator Keputusan Pembelian	16
B. Promosi Online	17
1. Pengertian Promosi Online	17
2. Bentuk Promosi Online	18
3. Tujuan Promosi Online	20
4. Indikator Promosi Online	20
C. Nilai Pelanggan	22
1. Pengertian Nilai Pelanggan	22
2. Indikator Nilai Pelanggan	22
D. Kemudahan Transaksi	23
1. Pengertian Kemudahan Transaksi	23
2. Indikator Kemudahan Transaksi	24
E. Kajian Penelitian Terdahulu	24
F. Kerangka Konseptual	30
G. Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
1. Pendekatan Penelitian	33
2. Jenis Penelitian	33
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi	34
2. Sampling	35
3. Sampel Penelitian	35
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	36
1. Sumber Data	36
2. Variabel Penelitian	37
3. Skala Pengukuran	38
D. Skala Pengukuran	38
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	39
1. Teknik Pengumpulan Data	39
2. Instrument Penelitian	39

F. Teknik Analisis Data.....	43
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
2. Uji Asumsi Klasik	45
3. Uji Hipotesis	47
4. Uji Koefisien Determinasi	49
5. Uji Regresi Linier Berganda	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Karakteristik Responden	52
C. Deskripsi Data Variabel	54
D. Analisa Data.....	71
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Promosi Online, Nilai Pelanggan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian	84
B. Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha <i>Frozen Food</i> Mbak Bakul	84
C. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha <i>Frozen Food</i> Mbak Bakul	87
D. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha <i>Frozen Food</i> Mbak Bakul	88
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	