

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Penegasan Istilah.....	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
A. Manajemen Pemasaran	13
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	14
3. Fungsi-fungsi Manajemen Pemasaran	14
B. Keputusan Pembelian.....	15

C.	Kualitas Produk.....	20
1.	Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.	Manfaat Kualitas Produk	22
3.	Dimensi Kualitas Produk	23
4.	Indikator Kualitas Produk	24
D.	Harga.....	24
1.	Pengertian Harga.....	24
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	25
3.	Indikator Harga	25
E.	Pemasaran <i>Online</i>	26
1.	Pengertian Pemasaran <i>Online</i>	26
2.	Kelebihan dan Kelemahan Pemasaran <i>Online</i>	27
3.	Manfaat Pemasaran <i>Online</i>	27
4.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran <i>Online</i>	28
F.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
G.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
H.	Pengaruh Pemasaran <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian	35
I.	Penelitian Terdahulu	37
J.	Kerangka Konseptual.....	41
K.	Hipotesis Penelitian.....	42
L.	Mapping Variabel, Teori dan Indikator	43
BAB III : METODE PENELITIAN.....		40
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	40
C.	Sumber Data.....	43
D.	Skala Pengukuran.....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	44
F.	Teknik Analisis Data.....	48

BAB IV : HASIL PENELITIAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Data Responden	55
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
D. Analisis Data	66
BAB V : PEMBAHASAN.....	80
A. Pengaruh Kualitas Produkterhadap Keputusan Pembelian Hijab di Faeyza Hijab <i>Collection</i>	80
B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Faeyza Hijab <i>Collection</i>	81
C. Pengaruh Pemasaran <i>Online</i> terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Faeyza Hijab <i>Collection</i>	82
D. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pemasaran <i>Online</i> terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Faeyza Hijab <i>Collection</i>	82
BAB VI : PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	