

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Grafik.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Rumusan Masalah.....	14
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Kegunaan Penelitian	16
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	17
G. Penegasan Istilah	18
H. Sistematika Penulisan Skripsi	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Promosi	22
1. Pengertian Promosi.....	22
2. Tujuan Promosi	23
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	23
4. Indikator Promosi	26
B. Kualitas Produk	28

1. Pengertian Kualitas Produk	28
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	30
3. Indikator Kualitas Produk	32
C. Harga	33
1. Pengertian Harga	33
2. Tujuan Penetapan Harga	34
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	35
4. Indikator Harga.....	40
D. Keputusan Pembelian	41
1. Pengertian Keputusan Pembelian	41
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	42
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	44
E. Penelitian Terdahulu	47
F. Kerangka Konseptual	48
G. Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
B. Populasi dan Sampel.....	50
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	53
D. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
A. Gambaran Umum Responden.....	71
B. Analisis Data	91
BAB PEMBAHASAN.	101
A. Analisis Pengaruh Pronosi terhadap keputusan pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	101
B. Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	103
C. Analisis Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee	103
BAB VI PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104

B. Saran..... 105

DAFTARPUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN