

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	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	15
C. Rumusan Masalah.....	16
D. Tujuan Penelitian	16
E. Kegunaan Penelitian	17
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	18
G. Penegasan Istilah.....	19
H. Sistematika Penulisan Skripsi	21
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran.....	23
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
2. Bauran Pemasaran.....	24
B. Keputusan Pembelian.....	27
1. Pengertian Keputusan Pembelian	27
2. Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	28
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	32

C. Harga.....	34
1. Pengertian Harga.....	34
2. Indikator Harga	35
3. Tujuan Penetapan Harga	36
4. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	38
D. Promosi	38
1. Pengertian Promosi	38
2. Indikator Promosi.....	40
3. Tujuan Promosi.....	44
4. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	46
E. Kemudahan	46
1. Pengertian Kemudahan	46
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan	48
3. Indikator Kemudahan.....	49
4. Hubungan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	50
F. Penelitian Terdahulu	51
G. Kerangka Konseptual.....	58
H. Hipotesis Penelitian	60

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	62
1. Pendekatan Penelitian	62
2. Jenis Penelitian.....	63
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	63
1. Populasi.....	63
2. Teknik Sampling.....	64
3. Sampel Penelitian.....	64
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	65
1. Sumber Data.....	65
2. Variabel Penelitian.....	65
3. Skala Pengukuran.....	65
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	66

1. Teknik Pengumpulan Data.....	66
2. Instrumen Penelitian	66
E. Teknik Analisis Data.....	70
1. Analisis Deskriptif	70
2. Uji Multikolinearitas	70
3. Analisis Regresi Linier Berganda	71
a. Model Regresi	71
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
c. Uji F	72
d. Uji T.....	73
4. Uji Asumsi Klasik.....	74
a. Uji Normalitas.....	74
b. Uji Heteroskedastisitas	74
c. Uji Autokorelasi.....	75

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	76
B. Teknik Analisis Data.....	82
1. Analisis Deskriptif	82
2. Uji Multikolinearitas	91
3. Analisis Resresi Linear Berganda.....	91
a. Model Regresi	91
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94
c. Uji F	94
d. Uji T.....	95
4. Uji Asumsi Klasik.....	97
a. Uji Normalitas.....	97
b. Uji Heteroskedastisitas	98
c. Uji Autokorelasi.....	99

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	101
---	-----

B. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada <i>Marketplace</i> Shopee	102
C. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada <i>Marketplace</i> Shopee	104
D. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian.....	106

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran	109

DAFTAR RUJUKAN	110
-----------------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN