

## DAFTAR ISI

|                                                    |             |
|----------------------------------------------------|-------------|
| <b>COVER DALAM .....</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>                    | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                                 | <b>v</b>    |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                            | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                         | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                             | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                          | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                         | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                       | <b>xiv</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                               | <b>xv</b>   |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                       | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                      | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                            | 1           |
| B. Identifikasi Masalah .....                      | 17          |
| C. Rumusan Masalah .....                           | 18          |
| D. Tujuan Penelitian.....                          | 19          |
| E. Kegunaan Penelitian.....                        | 20          |
| F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian ..... | 21          |
| G. Penegasan Istilah .....                         | 22          |
| H. Sistematika Penulisan Skripsi.....              | 26          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                 | <b>29</b>   |
| A. Manajemen Pemasaran.....                        | 29          |
| B. Keputusan Pembelian Konsumen .....              | 33          |
| C. <i>Digital Marketing</i> .....                  | 42          |
| D. Lokasi .....                                    | 46          |
| E. <i>Brand Equity</i> .....                       | 53          |
| F. Persepsi Harga.....                             | 56          |
| G. Kajian Penelitian Terdahulu .....               | 59          |
| H. Kerangka Konseptual .....                       | 65          |

|                                                                                                                                                                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| I. Hipotesis Penelitian.....                                                                                                                                                                              | 67         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                                                                                                                                    | <b>70</b>  |
| A. Pendekatan, Jenis Penelitian, dan Lokasi Penelitian.....                                                                                                                                               | 70         |
| B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....                                                                                                                                                          | 71         |
| C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya .....                                                                                                                                                    | 74         |
| D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....                                                                                                                                                 | 76         |
| E. Teknik Analisis Data .....                                                                                                                                                                             | 81         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>                                                                                                                                                                      | <b>91</b>  |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                                                                                                                                   | 91         |
| B. Karakteristik Responden .....                                                                                                                                                                          | 92         |
| C. Deskripsi Variabel Penelitian .....                                                                                                                                                                    | 95         |
| D. Analisis Data .....                                                                                                                                                                                    | 108        |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                                                                                             | <b>122</b> |
| A. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X1), Lokasi (X2), <i>Brand Equity</i> (X3), dan Persepsi Harga (X4) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mebel Mandiri Wajak Lor, Boyolangu, Tulungagung..... | 122        |
| B. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mebel Mandiri Wajak Lor, Boyolangu, Tulungagung ..                                                                   | 124        |
| C. Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mebel Mandiri Wajak Lor, Boyolangu, Tulungagung.....                                                                                   | 128        |
| D. Pengaruh <i>Brand Equity</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mebel Mandiri Wajak Lor, Boyolangu, Tulungagung ..                                                                        | 130        |
| E. Pengaruh Persepsi Harga (X4) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mebel Mandiri Wajak Lor, Boyolangu, Tulungagung ..                                                                             | 133        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                                                                                                                                                                               | <b>136</b> |
| A. Kesimpulan .....                                                                                                                                                                                       | 136        |
| B. Saran.....                                                                                                                                                                                             | 138        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                                                                                | <b>141</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                                                                            | <b>151</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 3.1 Total Populasi Mebel Mandiri Tahun 2024 Dalam 6 Bulan Terakhir ..... | 71  |
| Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....                                            | 76  |
| Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....                                 | 78  |
| <br>                                                                           |     |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                            | 92  |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....                                     | 93  |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Alamat Rumah.....                              | 93  |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....                      | 94  |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                            | 92  |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....                                     | 93  |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Alamat Rumah.....                              | 93  |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....                      | 94  |
| Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Penelitian Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....  | 95  |
| Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Penelitian <i>Digital Marketing</i> (X1) .....    | 97  |
| Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Penelitian Lokasi (X2).....                       | 100 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Penelitian <i>Brand Equity</i> (X3) .....         | 103 |
| Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Penelitian Persepsi Harga (X4) .....              | 106 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....                                           | 109 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....                                        | 111 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....                                   | 112 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....                                   | 113 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....                                         | 114 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....                                          | 115 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                              | 115 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan).....                                         | 117 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji T (Parsial) .....                                         | 118 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....              | 120 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Data Perkembangan Industri Manufaktur Indonesia<br>di ASEAN Tahun 2024 ..... | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....                                                     | 65 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1: Dokumentasi .....                      | 151 |
| Lampiran 2: Kuesioner Penelitian .....             | 152 |
| Lampiran 3: Tabulasi Data .....                    | 159 |
| Lampiran 4: Hasil Uji Validitas .....              | 167 |
| Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas.....            | 177 |
| Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinearitas .....      | 178 |
| Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik .....          | 178 |
| Lampiran 8: Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 179 |
| Lampiran 9: Hasil Uji Hipotesis.....               | 179 |
| Lampiran 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....  | 180 |
| Lampiran 11: Data Responden .....                  | 181 |
| Lampiran 12: Deskripsi Jawaban Responden .....     | 182 |
| Lampiran 13: Kartu Kendali Bimbingan.....          | 195 |
| Lampiran 14: Surat Izin Penelitian.....            | 208 |
| Lampiran 16: Daftar Riwayat Hidup .....            | 209 |