

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	9
F. Kegunaan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Strategi Bauran Pemasaran	15
B. Keputusan Pembelian	17
C. Promosi.....	21
D. Kualitas Produk	23
E. Harga.....	25
F. Kajian Penelitian Terdahulu	29
G. Kerangka Konseptual.....	34

H. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	37
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	38
C. Sumber data, variabel, dan skala pengukuran	40
D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Data.....	43
E. Teknik Analais Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	52
A. Deskripsi Data	52
B. Deskripsi Variabel Penelitian	55
C. Hasil Analisis Data	64
BAB V PEMBAHASAN	73
A. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek.....	73
B. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek	74
C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek	77
D. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek	79
BAB VI PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan	42
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	43
Tabel 4. 1 Promosi (X1)	56
Tabel 4. 2 Kualitas Produk (X2)	58
Tabel 4. 3 Harga (X3)	61
Tabel 4. 4 Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	65
Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Berganda	67
Tabel 4. 9 Uji Koefisien Determinasi (R²)	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji F (Simultan)	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji T (Parsial)	70
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4. 13 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 14 Uji Autokorelasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas X1	92
Lampiran 2 Uji Validitas X2	93
Lampiran 3 Uji Validitas X3	94
Lampiran 4 Uji Validitas Y	95
Lampiran 5 Uji Reliabilitas X1	96
Lampiran 6 Uji Reliabilitas X2	96
Lampiran 7 Uji Reliabilitas X3	96
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Y	96
Lampiran 9 Uji Normalitas	97
Lampiran 10 Uji Multikolinearitas	97
Lampiran 11 Uji Heteroskedastisitas	98
Lampiran 12 Uji Regresi Linier Berganda	98
Lampiran 13 Uji T Parsial	98
Lampiran 14 Uji F Simultan	99
Lampiran 15 Uji Koefisien Determinasi R	99
Lampiran 16 Uji Autokorelasi	99
Lampiran 17 Item Pertanyaan Kuesioner	100
Lampiran 18 Tabel T	102
Lampiran 19 Tabel F	103
Lampiran 20 Tabel Durbin-Watson	104
Lampiran 21 Data Responden	105
Lampiran 22 Kendali Bimbingan Skripsi	108
Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup Penulis	121