

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
1. Kontribusi Praktik.....	13
2. Kontribusi Akademik.....	14

BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teoritis.....	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Definisi Manajemen Pemasaran.....	15
b. Konsep Pemasaran.....	16
2. <i>E-Commerce</i>	18
a. Definisi <i>E-Commerce</i>	18
b. Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	18
3. Keputusan Pembelian.....	19
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	19

b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	20
c. Teori Keputusan Pembelian Terkait.....	21
4. Harga.....	24
a. Definisi Harga.....	24
b. Dimensi dan Indikator Harga.....	25
c. Teori Harga Terkait.....	26
5. Diskon.....	31
a. Definisi Diskon.....	31
b. Dimensi dan Indikator Diskon.....	31
c. Teori Diskon Terkait.....	32
6. Promosi.....	35
a. Definisi Promosi.....	35
b. Dimensi dan Indikator Promosi.....	36
c. Teori Promosi Terkait.....	37
7. Penelitian Terdahulu.....	41
B. Rerangka Konseptual.....	44
C. Pengembangan Hipotesis.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
B. Desain Penelitian.....	48
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	48
1. Definisi Variabel.....	48
2. Operasionalisasi Variabel.....	49
D. Skala Pengukuran Variabel.....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
F. Metode Pengumpulan Data.....	54
G. Metode Analisis Data.....	54
1. Statistik Deskriptif.....	55
2. Uji Kualitas Data.....	55
a. Uji Validitas.....	55

b. Uji Realibilitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Normalitas.....	56
b. Uji Multikolonieritas.....	58
c. Uji Heteroskedastisitas.....	60
d. Uji Linearitas.....	61
4. Uji Kesesuaian Model.....	62
a. Uji Determinasi (R^2).....	62
b. Uji Statistik F ANOVA.....	63
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
6. Uji Hipotesis.....	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif.....	66
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
2. Deskripsi Responden.....	69
3. Deskripsi Variabel.....	72
B. Uji Kualitas Data.....	77
1. Hasil Uji Validitas.....	77
2. Hasil Uji Realibilitas.....	80
C. Uji Asumsi Klasik.....	81
1. Hasil Uji Normalitas.....	81
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	83
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
4. Hasil Uji Linearitas.....	84
D. Uji Kesesuaian Model.....	84
1. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	84
2. Hasil Uji Statistik F ANOVA.....	85
E. Hasill Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
F. Hasil Uji Hipotesis.....	87
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	88

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Belanja <i>Online</i> di Tokopedia.....	88
2. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian Belanja <i>Online</i> di Tokopedia.....	88
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Belanja <i>Online</i> di Tokopedia.....	89

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA.....	92
Lampiran.....	99

