

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.2 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.3 Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	13

2.1.4 Indikator <i>Digital Marketing</i>	14
2.2 Kualitas Produk.....	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
2.2.3 Indikator Kualitas Produk	20
2.2.4 Dimensi Kualitas Produk	23
2.3 Harga.....	24
2.3.1 Pengertian Harga.....	24
2.3.2 Jenis-jenis Harga	25
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	26
2.3.4 Indikator Harga	27
2.4 Keputusan Pembelian.....	30
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	31
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	33
2.5 Penelitian Terdahulu	36
2.6 Kerangka Konseptual	39
2.7 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	45
3.4 Data Penelitian	47
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5 Variabel Penelitian	50
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.7 Metode Analisis Data	52
3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	55

3.7.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.7.4 Uji Hipotesis	57
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Hasil	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.2 Visi dan Misi Omah Jenang.....	62
4.1.3 Karakteristik Responden.....	62
4.1.4 Hasil Uji Validitas	64
4.1.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	67
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	74
4.1.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.2 Pembahasan.....	77
4.2.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	79
4.2.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	80
4.2.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , Kualitas Produk , dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3).....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial)	74
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	93
Lampiran 3 <i>Output SPSS</i>	96