

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PENGUJI UJIAN MUNAQOSYAH ...	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi teori	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Promosi <i>Online</i>	16
3. Variasi Produk	23
4. Persepsi Harga	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
1. Jenis Penelitian	42
2. Pendekatan Penelitian.....	42
B. Setting Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel Penelitian ...	44

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	46
1. Validitas	46
2. Reabilitas	47
F. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Metode Angket	47
2. Dokumentasi	48
G. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Asumsi Klasik	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda	50
3. Uji Statistik	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian	54
B. Statistik Deskriptif	55
1. Jenis Kelamin	55
2. Usia/Umur	56
3. Jawaban Responden	56
C. Hasil Penelitian	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	72

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	77
B. Keterbatasan Penelitian	78
C. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Ekonomi Kreatif.....	1
Tabel 1.2 Omset Penjualan Gee Art Factory Outlet.....	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	29
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Promosi <i>Online</i>	57
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Variasi Produk	58
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Persepsi Harga	59
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.7 Validitas Instrumen Tryout Promosi <i>Online</i>	61
Tabel 4.8 Validitas Instrumen Tryout Variasi Produk	62
Tabel 4.9 Validitas Instrumen Tryout Persepsi Harga	60
Tabel 4.10 Validitas Instrumen Tryout Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.11 Reabilitas Instrumen Tryout	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Uji T	70
Tabel 4.17 Hasil Uji F	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan	11
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Linieritas	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

