

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Konsep dan Teori	15

1. Manajemen	15
2. Manajemen Pemasaran	20
3. Promosi	24
4. Harga	29
5. Keputusan Pembelian.....	32
B. Kajian Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Jenis Penelitian	49
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel.....	50
3. Teknik Pengambilan Sampel	51
C. Jenis dan Sumber Data	52
1. Jenis Data	52
2. Sumber Data.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data	53
1. Studi Kepustakaan.....	53
2. Studi Lapangan	54
E. Variabel Penelitian	55
1. Variabel bebas (<i>Independent Variable</i>)	55
2. Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>)	55

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian	56
G. Teknik Analisis Data	58
1. Uji Statistik Deskriptif	58
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	59
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4. Uji Hipotesis	62
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Tokopedia	66
1. Sejarah/Profil Tokopedia	66
2. Visi dan Misi.....	68
3. Struktur Organisasi.....	68
B. Hasil Deskripsi Data.....	68
1. Pengumpulan Data	68
2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	70
3. Deskripsi Hasil Penelitian	72
C. Analisis Data	82
1. Uji Statistik Deskriptif	82
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	83
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
4. Uji Hipotesis	89
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	92
D. Pembahasan Hasil Penelitian	94

1. Pengaruh Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>E-Commerce</i> Tokopedia pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Bandung	94
2. Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) <i>E-Commerce</i> Tokopedia pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Bandung.....	97
3. Pengaruh Promosi (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian <i>E-Commerce</i> Tokopedia pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Bandung.....	99
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Keterbatasan Penelitian.....	103
C. Saran.....	103
1. Bagi Perusahaan	103
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	111