

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTARK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.2. Pemasaran Interaktif .....	12
2.1.3. Keputusan Pembelian .....	13
2.1.4. Harga.....	14
2.1.5. Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.1.6. Keragaman Produk .....	16
2.1.7. Kepercayaan .....	17
2.2. Penelitian Terdahulu .....	18

2.3. Hubungan Antar Variabel .....	20
2.3.1. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.2. Hubungan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.3.3. Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	23
2.5. Hipotesis.....	23
<b>BAB III    METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Variabel dan Definisi Operasional .....	24
3.1.1. Variabel Penelitian .....	24
3.1.2. Definisi Operasional.....	25
3.2. Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1. Populasi .....	27
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5. Metode Analisis Data .....	30
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	30
3.5.2. Analisis Indeks Jawaban Responden.....	30
3.5.3. Analisis Kualitatif .....	32
3.5.4. Analisis Kuantitatif .....	33
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
2. Uji Asumsi Klasik .....	35
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4. Pengujian Hipotesis.....	38
a. Uji t (Parsial) .....	38
b. Uji F (Simultan) .....	38
5. Analisis Koefisien Determinasi.....	39
3.6. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian .....	40

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
4.2.	Gambaran Umum Responden .....	44
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
4.3.	Analisis Statistik Deskriptif .....	47
4.3.1.	Analisis Indeks Variabel Harga.....	49
4.3.2.	Analisis Indeks Variabel Keragaman Produk .....	50
4.3.3.	Analisis Indeks Variabel Kepercayaan .....	52
4.3.4.	Analisis Indeks Variabel Keputusan Pembelian .....	53
4.3.5.	Temuan Penelitian.....	55
4.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
4.4.1.	Hasil Uji Validitas .....	56
4.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
4.5.	Uji Asumsi Klasik .....	58
4.5.1.	Uji Normalitas .....	59
4.5.2.	Pengujian Multikolinearitas .....	60
4.5.3.	Pengujian Heteroskedastisitas .....	60
4.6.	Analisis Regresi Berganda .....	61
4.7.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
4.8.	Pengujian Hipotesis .....	64
4.8.1.	Uji F.....	64
4.8.2.	Uji t.....	66
4.9.	Interprestasi Hasil.....	68
4.9.1.	Harga Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian ...	68
4.9.2.	Keragaman Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
4.9.3.	Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian...	70

BAB V	PENUTUP .....	72
5.1.	Kesimpulan.....	72
5.2.	Saran.....	73
5.2.1.	Implikasi Manajerial.....	73
5.2.2.	Implikasi Akademik.....	74
DAFTAR PUSTAKA	.....	76
LAMPIRAN	.....	78