

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT ABSTRAK .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
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
1.4. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Keputusan Pembelian .....	13
2.2 Promosi.....	15
2.3 Persepsi Kualitas Produk .....	17
2.4 Kualitas Pelayanan.....	19
2.5 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.6 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.8 Penelitian Terdahulu .....	29
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31

3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi .....	32
3.2.2	Sampel .....	33
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3.1	Jenis Data.....	34
3.3.2	Sumber Data .....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5	Metode Analisis .....	35
3.5.1	Uji Validitas.....	35
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	37
3.5.3.1	Uji Normalitas .....	37
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas .....	37
3.5.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	38
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.5.5	<i>Goodness of Fit</i> .....	40
3.5.5.1	Uji Simultan (Uji F).....	40
3.5.5.2	Koefisien Determinasi .....	40
3.5.5.3	Uji Hipotesis (Uji t) .....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.1.1	Profil Umum PT Tokopedia .....	43
4.1.2	Visi, Misi dan Nilai .....	45
4.1.3	Logo, Maskot dan Slogan.....	46
4.2	Deskripsi Responden Penelitian .....	48
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	50
4.3.1	Deskripsi Variabel Promosi (X1) .....	52

4.3.2	Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Produk (X2)	52
4.3.3	Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X3)	53
4.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
4.4	Analisis Data	55
4.4.1	Uji Validitas	55
4.4.2	Uji Reliabilitas	56
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	57
4.3.3.1	Uji Normalitas	57
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas	58
4.3.3.3	Uji Heterokedastisitas	59
4.4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.4.5	<i>Goodness of Fit</i>	61
4.3.5.1	Uji Simultan (Uji F)	61
4.3.5.2	Koefisien Determinasi	62
4.3.5.3	Uji Hipotesis (Uji t)	63
4.5	Interpretasi Hasil Penelitian	65
4.5.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.5.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	66
4.5.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V	PENUTUP	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Implikasi Manajerial	71
5.3	Keterbatasan Penelitian	73
5.4	Saran Penelitian Mendatang	73
	DAFTAR PUSTAKA	75
	LAMPIRAN	80