

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>The Grand Theory: Theory of Planned Behavior</i>	10
2.1.2 Teori Kualitas Pelayanan	10
2.1.3 <i>Responsiveness</i>	11
2.1.4 Persepsi Harga.....	12
2.1.5 Promosi Sosial Media Instagram	13
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15

2.3 Keterhubungan Antar Variabel dan Hipotesis	18
2.3.1 Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.3.3 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian ..	20
2.4 Model Analisis	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi	23
3.2.2 Sampel.....	23
3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran	24
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	24
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	25
3.6 Validitas dan Reliabilitas	26
3.6.1 Validitas	26
3.6.2 Reliabilitas	27
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.1 Uji Normalitas	27
3.7.2 Uji Multikolinearitas	27
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	28
3.8 Metode Analisis Data.....	28
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.8.2 Uji Hipotesis.....	29
3.8.2.1 Uji F	29
3.8.2.2 Uji T	29
3.8.2.3 Uji Koefisien Korelasi	30
3.8.2.4 Uji Koefisien Determinasi	30
BAB IV	31
4.1 Analisis Data	31
4.1.1 Gambaran Umum	31
4.1.2 Penyebaran Kuesioner.....	31

4.1.3 Profil Responden	32
4.2 Statistik Deskriptif	34
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Responsiveness</i> (X_1)	35
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X_2).....	37
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Promosi Sosial Media Instagram (X_3).39	
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas	45
4.4.2 Uji Multikolinearitas	45
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	46
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.6 Uji Hipotesis	48
4.6.1 Uji F.....	48
4.6.2 Uji t.....	49
4.6.3 Uji Koefisien Korelasi.....	50
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.7 Pembahasan.....	51
4.7.1 Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.7.3 Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.8 Implikasi Hasil Penelitian	54
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB V.....	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	58
5.2.1 Saran Praktis.....	58
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	59



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	4
1.2 Jumlah Transaksi Online di Indonesia (dalam juta).....	4
1.3 Grafik Penjualan Kukukriuk (dalam rupiah).....	5
2.1 Model Analisis	21
3.1 Rumus Analisis Regresi Linear Berganda	28
4.1 Usia Responden.....	32
4.2 Jenis Kelamin Responden	33
4.3 Pekerjaan Responden	33
4.4 Sumber Konsumen Mengetahui Kukukriuk.....	34



DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
4.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Responsiveness</i> (X_1).....	36
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X_2).....	37
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Promosi Sosial Media Instagram (X_3)	39
4.4 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
4.5 Hasil Uji Validitas.....	42
4.6 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	43
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.8 Hasil Uji Normalitas	45
4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	46
4.11 Hasil Regresi Linear Berganda	47
4.12 Hasil Uji F.....	48
4.13 Hasil Uji t.....	49
4.14 Hasil Uji Koefisien Korelasi	50
4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
4.16 Implikasi Hasil Penelitian	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A – Kuesioner.....	A-1
Lampiran B – Hasil Kuesioner.....	B-1
Lampiran C – Output SPSS	C-1

