

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan	2
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi	2
1.1.4 Skala Usaha, dan Strategi dari Tokopedia	3
1.2 Latar Belakang Peneltian	5
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	15
1.5.1 Manfaat teoritis	15
1.5.2 Manfaat praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan	16

BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjuan Pustaka.....	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.1.3 Digital Marketing	18
2.1.4 <i>E-Commerce</i>	20
2.1.5 Teori New Media	21
2.1.6 Perilaku Konsumen	21
2.1.7 Keputusan Pembelian	27
2.2 Hubungan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3 Penelitian Terdahulu	29
2.3.1 Ulasan Skripsi Terdahulu	31
2.3.2 Ulasan Jurnal Nasional Terdahulu	36
2.3.3 Ulasan Jurnal Internasional Terdahulu	41
2.4 Kerangka Pemikiran.....	46
2.5 Hipotesis Penelitian.....	47
2.6. Ruang Lingkup Penelitian	48
BAB III	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	49
3.2.1 Operasional Variabel	49
3.2.2 Operasional Variabel	50
3.3 Tahapan Penelitian	53
3.4 Populasi dan Sampel	54

3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel	54
3.4.3 Teknik Sampling	55
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	56
3.5.1 Jenis Data.....	56
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Teknik Pengujian Data	57
3.6.1 Uji Validitas	58
3.6.2 Uji Reliabilitas	60
3.7 Teknik Pengolahan Data	60
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	60
3.7.2 Method Of Successive Interval (MSI).....	62
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	62
3.7.4 Analisis Regresi Sederhana	63
3.7.5 Koefisien Determinasi	64
3.7.6 Uji Hipotesis	65
BAB IV	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Pengumpulan Data	66
4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Responden Jenis Kelamin.....	66
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Responden Usia	67
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Responden Status Pekerjaan	68
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Responden Pendapatan Perbulan	70
4.3 Hasil Penelitian	71
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	71

4.3.2 Methods of Successive Interval (MSI)	82
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	82
4.3.4 Pengaruh Variabel Perilaku Konsumen terhadap Variabel Keputusan Pembelian	87
4.3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	87
4.3.6 Pengujian Hipotesis (uji t)	89
4.3.7 Koefisien Determinasi	90
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.4.1 Variabel Perilaku Konsumen	91
4.4.2 Variabel Keputusan Pembelian	92
BAB V	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Bagi Instansi	93
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 2 : Karakteristik Responden	103
Lampiran 3 : Tabulasi Data Jawaban Responden (X)	108
Lampiran 4 : Tabulasi Data Jawaban Responden (Y)	111
Lampiran 5 : Methode successive interval (MSI).....	113
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	119
Lampiran 7 : Analisis regresi Sederhana , Uji t , Uji asumsi Klasik dan Koefisien Determinasi	121