

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Erigo.....	1
1.1.2 Produk Erigo.....	1
1.1.3 Akun Instagram Erigo	2
1. 2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1. 3 Rumusan Masalah	13
1. 4 Tujuan Penelitian	13
1. 5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis	13
1.5.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Promosi.....	15
2.1.4 Pemasaran Digital	16
2.1.5 Iklan Online	16
2.1.6 Media Sosial	18
2.1.7 Instagram.....	18
2.1.8 Harga.....	19

2.1.9 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.2.1 Hubungan Iklan Online Instagram dengan Keputusan Pembelian	21
2.2.2 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	21
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	35
3.2.1 Variabel Operasional.....	35
3.2.2 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.5.1 Uji Validitas.....	40
3.5.2 Uji Realibilitas	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	46
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	46
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Pengumpulan Data	48
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49

4.2.4 Karakter Responden Berdasarkan Pendapatan rata-rata per bulan	50
4.3 Hasil Analisis Penelitian.....	50
4.3.1 Analisis Deskriptif	50
4.4 Analisis Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.5 Uji Hipotesis	67
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t).....	68
4.5.3 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji f)	69
4.5.4 Koefisien Determinasi.....	70
4.6 Pembahasan	70
4.6.1 Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Bandung ..	70
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Bandung.....	72
4.6.3 Pengaruh Iklan Online melalui Instagram Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Bandung	73
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	75
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	82