

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
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
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	75
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>