

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah.....	16
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	17
1.6 Kegunaan Penelitian	18
1.7 Lokasi Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Teori dan Konsep.....	20
2.1.1 Pengertian Manajemen	20
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	21
2.1.3 Promosi	22
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	22
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	23

2.1.3.3 Dimensi Promosi	26
2.1.3.4 Indikator Promosi	31
2.1.3.5 Jenis Pilihan Media Promosi	33
2.1.3.6 Tujuan Promosi	35
2.1.4 Persepsi	35
2.1.4.1 Pengertian Persepsi	35
2.1.4.2 Pengertian Persepsi Kemudahan	36
2.1.4.3 Dimensi Persepsi Kemudahan	37
2.1.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	39
2.1.4.5 Karakter Konsumen Yang Mempengaruhi Persepsi	40
2.1.5 Keputusan Pembelian	41
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	41
2.1.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	43
2.1.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	44
2.1.5.4 Tahap Pengambilan Keputusan	47
2.1.5.5 Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	49
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.2.1 Landasan Teori	51
2.2.2 Kerangka Pemikiran	54
2.2.3 Paradigman Penelitian	55
2.2.4 Penelitian Terlebih Dahulu	56
2.2.5 Hipotesis	57

BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Desain Penelitian	62
3.2 Operasional Variabel	63
3.2.1 Variabel Penelitian	63
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	67
3.3.1 Populasi	67
3.3.2 Sampel	68
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	70
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	70
3.4.2 Instrumen Penelitian	71
3.4.3 Transformasi Data Ordinal ke Interval dengan MSI	72
3.5 Teknik Analisa Data.....	74
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	74
3.5.2 Uji Validitas.....	75
3.5.3 Uji Reabilitas	77
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	78
3.5.4.1 Uji Normalitas	78
3.5.4.2 Uji Multikolinearitas	79
3.5.4.3 Uji Heterokedasitas.....	79
3.5.4 Analisis Koefisien Korelasi	80
3.5.5 Koefisien Determinasi	80
3.5.6 Uji Regresi Linier Berganda.....	81
3.5.7 Rancangan Hipotesis	82

3.5.7.1 Uji t (Secara Parsial).....	84
3.5.7.2 Uji f (Secara Simultan).....	86
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	88
4.1 Hasil Penelitian.....	88
4.1.1 Analisis Deskriptif.....	88
4.1.1.1 Karakteristik Deskriptif.....	88
4.1.1.2 Pertanyaan Responden Mengenai Promosi	93
4.1.1.3 Pertanyaan Responden Mengenai Persepsi Kemudahan.....	97
4.1.1.4 Pertanyaan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	100
4.1.2 Analisis Verifikatif.....	104
4.1.2.1 Hasil Uji Validitas	104
4.1.2.2 Hasil Uji Reabilitas	107
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik	107
4.1.2.4 Metode Analisis.....	110
4.1.2.4.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	110
4.1.2.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	111
4.1.2.4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	113
4.1.2.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	115
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	121
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	121
4.2.1.1 Hasil Analisis Promosi.....	121
4.2.1.2 Hasil Analisis Persepsi Kemudahan	123
4.2.1.3 Hasil Analisis Keputusan Pembelian	125

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	128
5.1 Simpulan.....	128
5.2 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Perbedaan harga promosi metode pembayaran cash dan pembayaran <i>Gopay</i> Di Alfamart DC Bandung1	7
Tabel 1.2	: Hasil survey promosi Alfamart toko Dc Bandung1	10
Tabel 1.3	: Hasil survey persepsi kemudahan pembayaran menggunakan <i>Gopay</i> Alfamart toko dc bandung1	11
Tabel 1.4	: Hasil survey keputusan pembelian Alfamart toko DC Bandung1	12
Tabel 2.1	: Jenis Media Promosi	43
Tabel 2.2	: Penelitian Terdahulu	56
Tabel 3.1	: Desain Penelitian.....	63
Tabel 3.2	: Operasional Variabel Penelitian.....	65
Tabel 3.3	: Jumlah Pelanggan Alfamart Toko DC Bandung1	67
Tabel 3.4	: Skor Model Skala <i>Likert</i>	72
Tabel 3.5	: Klarifikasi Kategori Penilaian.....	75
Tabel 3.6	: Inter Prestasi Korelas	80
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	89
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	92
Tabel 4.6	: Skala Pengukuran Likert.....	93
Tabel 4.7	: Interpretasi Skor	94

Tabel 4.8 : Rata-rata Penilaian Responden Mengenai Promosi	95
Tabel 4.9 : Rata-rata Penilaian Responden Mengenai Persepsi Kemudahan.....	98
Tabel 4.10 : Rata-rata Penilaian Responden Mengenai Promosi	101
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1	105
Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X2.....	105
Tabel 4.13 : Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y	106
Tabel 4.14 : Hasil Uji Reabilitas	107
Tabel 4.15 : Hasil Uji Normalitas	108
Tabel 4.16 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	109
Tabel 4.17 : Hasil Uji Koefisien Korelasi	111
Tabel 4.18 : Hasil Uji Koefisin Determinasi.....	111
Tabel 4.19 : Hasil Regresi Linier Berganda.....	113
Tabel 4.20 : Hasil Uji Secara Parsial Variabel X1	116
Tabel 4.21 : Hasil Uji Secara Parsial Variabel X2	117
Tabel 4.22 : Hasil Uji Regresi Secara Simutan	120
Tabel 4.23 : Nilai Rata-Rata Dimensi Pada Variabel Promosi	121
Tabel 4.24 : Nilai Rata-Rata Dimensi Pada Variabel Persepsi Kemudahan.....	123
Tabel 4.25 : Nilai Rata-Rata Dimensi Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Daftar dompet digital terbesar di indonesia kuartal iv 2017 – kuartal ii 2019.....	2
Gambar 1.2: Grafik Gerai Baru Alfamart Dari Tahun 2008-2018.....	3
Gambar 1.3: Grafik Penjualan Alfamart Toko DC Bandung1 Periode Juli 2019 – Desember 2019.....	4
Gambar 1.4: Grafik Penjualan Pelanggan Toko DC Bandung1	5
Gambar 1.5: Grafik Jumlah Pelanggan Menggunakan <i>Gopay</i> Toko DC Bandung1	6
Gambar 2.1: Gambar Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	47
Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 2.3: Paradigma Penelitian.....	55
Gambar 4.1: Rentang Skor Variabel X1	96
Gambar 4.2: Rentang Skor Variabel X2	99
Gambar 4.3: Rentang Skor Variabel Y	102
Gambar 4.4: Hasil Uji Heterokedastitas.....	110
Gambar 4.5: Kurva Uji Parsial X1	117
Gambar 4.6: Kurva Uji Parsial X2.....	118
Gambar 4.7: Kurva Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	120