

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Produk <i>Acne Spot Treatment</i>	6
B. Pemasaran	10
C. Bauran Pemasaran	11
D. Keputusan Pembelian Konsumen	21
E. Pengaruh bauran pemasaran terhadap pembelian produk	24
F. <i>E-commerce</i>	26
G. Landasan Teori.....	31
H. Kerangka Konsep Penelitian	33
I. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Rancangan Penelitian	35
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
C. Tempat dan Waktu Penelitian	38
D. Populasi dan Sampel Penelitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41

F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Uji Instrumen Penelitian	48
H. Analisis Data	50
I. Etika Penelitian	57
J. Prosedur Jalannya Penelitian.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Karakteristik Sosiodemografi.....	59
B. Riwayat Pembelian Produk <i>Acne Spot Treatment</i>	62
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
D. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Acne Spot Treatment</i> melalui <i>E-Commerce</i>	76
E. Keterbatasan Penelitian	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	96