

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>MOTTO</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Lokasi Penelitian .....	9
1.6 Jadwal Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Kajian Teoritis .....	11
2.1.1.1 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.1.2 Minat beli .....	16
2.1.1.3 Kemasan.....	20
2.1.1.4 Promosi .....	23
2.1.1.5 Kualitas Produk .....	25
2.1.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.2 Kerangka Pemikiran .....	33
2.2.1 Pengaruh Kemasan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.2.2 Pengaruh Kemasan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	35
2.2.3 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.2.4 Pengaruh Kemasan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening .....	36
2.3 Hipotesis .....	37
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	39
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.2.1 Jenis Penelitian .....	39

3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.2.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.2.3.2	Populasi Sasaran .....	43
3.2.3.3	Penentuan Sampel .....	44
3.2.4	Model Penelitian .....	45
3.2.5	Teknik Analisis Data.....	46
3.2.5.1	Analisis Deskriptif .....	46
3.2.5.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling - Partial Least Square</i> .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Hasil Penelitian .....	52
4.1.1	Deskripsi Data Penelitian .....	52
4.1.1.1	Profil Responden .....	52
4.1.1.2	Variabel Kemasan .....	53
4.1.1.3	Variabel promosi .....	57
4.1.1.4	Kualitas Produk .....	62
4.1.1.5	Minat beli .....	69
4.1.1.6	Keputusan Pembelian .....	73
4.1.2	Analisis Data .....	78
4.1.2.1	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	79
4.1.2.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	82
4.1.2.4	Uji Mediasi ( <i>Indirect Effect</i> ) .....	86
4.1.2.5	Perbandingan Hasil <i>Direct Effect</i> dengan Hasil <i>Indirect Effect</i> .....	90
4.2.	Pembahasan.....	91
4.2.1	Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian .....	92
4.2.2	Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli .....	92
4.2.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	93
4.2.4	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli .....	94
4.2.5	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	95
4.2.6	Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli .....	96
4.2.7	Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian .....	96
4.2.8	Pengaruh Kemasan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli .....	97
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan .....	99
5.2	Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>103</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan <i>Giftbysistore</i> .....	4
Tabel 1.2	Jadwal Penelitian .....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2	Jawaban Responden tentang “Menurut Saya Bahan Kemasan Pada Produk <i>Giftbysistore</i> Ramah Lingkungan”.....	53
Tabel 4.3	Jawaban Responden tentang “Saya Berpendapat Bahwa Logo Produk <i>Giftbysistore</i> Terlihat Menarik”.....	54
Tabel 4.4	Jawaban Responden tentang “Saya Merasa Warna pada Kemasan <i>Giftbysistore</i> Selaras dengan Produknya”.....	55
Tabel 4.5	Jawaban Responden tentang “Saya Merasa Ukuran pada Kemasan <i>Giftbysistore</i> Pas dan Sesuai dengan Isi Produknya”.....	56
Tabel 4.6	Jawaban Responden tentang “Menurut Saya Kemasan pada Produk <i>Giftbysistore</i> Memiliki Daya Tarik yang Menarik dan Estetik”.....	57
Tabel 4.7	Jawaban Responden tentang “Saya Mengetahui Produk <i>Giftbysistore</i> Melalui Iklan pada <i>Marketplace</i> ”.....	58
Tabel 4.8	Jawaban Responden tentang “ <i>Giftbysistore</i> Sering Memberikan Promosi Penjualan Berupa Diskon” .....	59
Tabel 4.9	Jawaban Responden tentang “Pelayanan yang Diberikan pada Konsumen Sangat Baik”.....	60
Tabel 4.10	Jawaban Responden tentang “ <i>Giftbysistore</i> Melakukan Promosi Secara Langsung dalam Menawarkan Produknya” .....	61
Tabel 4.11	Jawaban Responden tentang “Saya Merasa Produk <i>Giftbysistore</i> Cocok untuk Kado atau Hadiah dan Sesuai dengan Fungsinya”.....	62
Tabel 4.12	Jawaban Responden tentang “Menurut Saya Produk <i>Giftbysistore</i> Aman Meskipun Dikirim Keluar Kota” .....	63
Tabel 4.13	Jawaban Responden Tentang <i>Giftbysistore</i> “Memiliki Produk Sejenis dengan Harga yang Beragam Sesuai Kebutuhan” .....	64
Tabel 4.14	Jawaban Responden tentang “Saya Merasa Produk <i>Giftbysistore</i> Sesuai dengan Apa yang Tertera pada Deskripsi Produk dan Display Foto Produk” .....	65

Tabel 4.15	Jawaban Responden tentang “Menurut Saya Produk <i>Giftbysistore</i> Tidak Mudah Rusak dan Berfungsi Dengan Baik”.	66
Tabel 4.16	Jawaban Responden tentang “Deskripsi dan Spesifikasi yang Diberikan Jelas Sehingga Mempermudah Dalam Mencari Barang yang Kita Butuhkan”.....	67
Tabel 4.17	Jawaban Responden tentang “Penampilan Produk Menarik dan Estetik”.....	68
Tabel 4.18	Jawaban Responden tentang “Produk yang Dijual Berkualitas dan Sesuai Dengan Kebutuhan” .....	69
Tabel 4.19	Jawaban Responden tentang “Saya Berminat Membeli Produk <i>Giftbysistore</i> Karena Produknya Berkualitas dan Menarik” .....	70
Tabel 4.20	Jawaban Responden tentang “Saya Merekomendasikan Produk <i>Giftbysistore</i> pada Orang Lain yang Sedang Mencari Kado” ...	71
Tabel 4.21	Jawaban Responden tentang “Produk <i>Giftbysistore</i> Lebih Menarik Perhatian Saya Dibanding Produk <i>Gift</i> yang Lain”...	72
Tabel 4.22	Jawaban Responden tentang “Saya Akan Mengikuti Perkembangan Produk Produk <i>Giftbysistore</i> ” .....	73
Tabel 4.23	Jawaban Responden tentang “Saya Membeli Produk <i>Giftbysistore</i> Karena Adanya Kebutuhan” .....	74
Tabel 4.24	Jawaban Responden tentang “Saya Mendapatkan Informasi dari Banyak Sumber Mengenai Produk <i>Giftbysistore</i> ” .....	75
Tabel 4.25	Jawaban Responden tentang “Saya Memutuskan Untuk Membeli Produk <i>Giftbysistore</i> Setelah Membandingkan dengan Toko Lain” .....	76
Tabel 4.26	Jawaban Responden tentang “Saya Merasa Yakin dengan Produk <i>Giftbysistore</i> ” .....	77
Tabel 4.27	Jawaban Responden tentang “Saya Merasa Puas dengan Produk <i>Giftbysistore</i> ” .....	78
Tabel 4.28	Tabel <i>Cross Loading</i> .....	80
Tabel 4.29	Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4.30	Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i> .....	83
Tabel 4.31	Nilai <i>F-Square</i> .....	84
Tabel 4.32	Nilai <i>Collinearity Statistic</i> .....	85
Tabel 4.33	<i>Path Coefficients</i> .....	86
Tabel 4.34	<i>Indirrect Effect</i> .....	87
Tabel 4.35	Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	34
Gambar 3.1	Model Penelitian .....	45
Gambar 4.1	Uji <i>Convergent Validity</i> .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	.....	107
Lampiran 2	.....	111
Lampiran 3	.....	114