

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Teori Perilaku Konsumen.....	13
2. Keputusan Pembelian	27
3. E – commerce	35
4. Kemasan	39
5. Cita rasa	44
B. Penelitian Terdahulu	49
C. Kerangka Pemikiran.....	55
D. Hipotesis.....	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	61
A. Metode Penelitian.....	61

B. Operasional Variabel.....	61
1. Variabel Independen.....	61
2. Variabel Dependen	62
C. Populasi dan Sampel	62
1. Populasi	62
2. Sampel	63
D. Instrumen Penelitian.....	64
E. Teknik Pengumpulan Data	74
F. Uji Persyaratan Analisis	74
1. Uji Asumsi Dasar	74
2. Uji Asumsi Klasik	75
G. Teknik Analisis Data.....	76
1. Analisis Deskriptif.....	76
2. Uji Hipotesis	76
H. Tempat dan Waktu Penelitian	80
1. Tempat.....	80
2. Waktu Penelitian	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
A. Profil Umum Gehel Snack	81
1. Sejarah Perusahaan	81
2. Logo Perusahaan	82
3. Produk Gehel Snack	82
4. Sosial media Gehel Snack	83
B. Hasil Penelitian	83
1. Analisis Deskriptif.....	83
2. Uji Persyaratan Analisis	86
3. Uji Asumsi Klasik	88
4. Uji Hipotesis	89
C. Pembahasan Hasil Penelitian	98
1. Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	98
2. Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian.....	99

3. Pengaruh Kemasan dan Cita rasa terhadap Keputusan Pembelian	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	102
A. Simpulan.....	102
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Ulasan Produk Gehel Snack Pada <i>Platform</i> Shopee.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3. 1 Kisi - Kisi Instrumen Dalam Penelitian	65
Tabel 3. 2 Skala Bobot Pernyataan	70
Tabel 3. 3 Uji Validitas Kemasan	71
Tabel 3. 4 Uji Validitas Cita Rasa.....	72
Tabel 3. 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian	72
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas	73
Tabel 3. 7 Interpretasi Kekuatan Hubungan	77
Tabel 3. 8 Waktu Penelitian	80
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia	85
Tabel 4. 3 Alamat Respoden	85
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 4. 5 Hasil Uji Linearitas Kemasan (X_1)	87
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas Cita Rasa (X_2).....	87
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 4. 9 Hasil Uji Korelasi Sederhana Kemasan (X_1)	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi Sederhana Cita Rasa (X_2).....	91
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kemasan (X_1)	91
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Cita Rasa (X_2)	92

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kemasan (X_1)	93
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Cita Rasa (X_2).....	93
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial Kemasan (X_1)	94
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial Cita Rasa (X_2).....	94
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	95
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	96
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4. 20 Hasil Uji Simultan.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> Indonesia Tahun 2018-2027.....	2
Gambar 1.2 Data <i>Platform</i> Belanja <i>Online</i> Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1 Perilaku Konsumen dan Faktor Pengaruhnya	22
Gambar 2.2 Jenis Konsumen Dalam Melakukan Pembelian.....	24
Gambar 2.3 Proses Perilaku Konsumen.....	27
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	59
Gambar 4.1 Logo Gehel Snack	82
Gambar 4. 2 Makaroni 200 gr Gambar 4. 3 Mie Lidi 200 gr.....	82
Gambar 4. 4 Kripca 125 gr Gambar 4. 5 Basreng 200 gr	82
Gambar 4. 6 Instagram Gehel Snack.....	83
Gambar 4. 7 Tiktok Gehel Snack.....	83
Gambar 4. 8 Shopee Gehel Snack.....	83