

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian.....	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1. Bagi Peneliti	11
2. Bagi Ilmu Pengetahuan.....	11
3. Bagi Perusahaan	11
1.6 Sistem Penulisan	11
BAB I : PENDAHULUAN.....	11
BAB II : Landasan Teori	11
BAB III : METODE PENELITIAN	11
BAB IV : HASIL DAN SARAN.....	11
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN.....	12
DAFTAR PUSTAKA	12
LAMPIRAN.....	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI	13
2.1 Perilaku konsumen	13
2.2 Strategi Pemasaran	13
2.3. Pemasaran Online	14
2.4. Strategi Pemasaran Offline.....	15

1. Persaingan lokal.....	19
2. Produk dapat dijangkau konsumen.....	19
3. Kepercayaan publik.....	19
4. Menjaga hubungan dengan konsumen.....	19
5. Kepuasan konsumen.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Pemikiran.....	25
2.7 Model Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Sumber Data	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Populasi dan Sample	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Variabel Penelitian.....	28
3.6 Definisi Operasional Varibel.....	28
3.6 Uji Persyaratan Instrumen	30
3.6.1 Uji Validitas	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7 Uji Persyaratan Data	31
1. Rumusan Hipotesis.....	31
2. Kriteria Pengambilan Keputusan.....	31
3.8 Metode Analisis Data	31
3.9 Uji Hipotesis.....	32
BAB IV.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Data.....	33
4.2 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	35
Uji Normalitas	35
4.3 Hasil Analisis Data	35

Uji Independen Sampel t-Test	35
1. Hipotesis	36
2. Ketentuan.....	36
3. Kesimpulan.....	36
BAB V	46
SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Parfum Eksklusif Di WD Parfum	9
Tabel 1.2 Grafik Penjualan WD Parfum Tahun 2019 - 2023	12
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasi Variabel	32
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r	34
Tabel 4.1 Penjualan Di Toko WD Parfum Desember 2022- Februari 2024	37
Tabel 4.2 Mean, Median, Modus, Std Devisiasi dan Varian Dari Total Penjualan Di Toko WD Parfum Desember 2022-2024	38
Tabel 4.3 Deskriptif Dari Penjualan <i>Online dan Offline</i> Dari Desember 2022- Februari 2024	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitis Desember 2022 - Februari 2024	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Group Statistik Penjualan <i>Online dan Offline</i> Dari desember 2022-februari 2024	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Independen	40
Tabel 4.7 Hasil Perbandingan Saran Pemasaran Online WD Parfum.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pendapatan Pasar Parfum di Indonesia dari 2013-2026	6
Gambar 2. Grafik Penjualan WD Parfum tahun 2019-2023	10
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. Model Penelitian	30
Gambar 5. Grafik Pembelian <i>Online Vs Offline</i>	43
Gambar 6. Alasan Pembelian Parfum <i>Offline</i>	44
Gambar 7. Alasan Pembelian Parfum Onilne	44