**DAFTAR GAMBAR**

[Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia 2](#_Toc532746758)

[Gambar 1. 2 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia 3](#_Toc532746759)

[Gambar 1. 3 Pemanfaatan Internet di Bidang Ekonomi 3](#_Toc532746760)

[Gambar 2. 1 Model Pengambilan Keputusan 16](#_Toc532746667)

[Gambar 2. 2 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian 18](#_Toc532746668)

[Gambar 2. 3 Proses Keputusan Pembelian 18](#_Toc532746669)

[Gambar 2. 4 Model Konseptual 25](#_Toc532746670)

[Gambar 4. 1 Toko Online K-pop di Instagram 42](#_Toc532746646)

[Gambar 4. 2 Album K-pop 43](#_Toc532746647)

[Gambar 4. 3 Jaket, Tas, dan Baju 44](#_Toc532746648)

[Gambar 4. 4 Jasa Titip Beli 45](#_Toc532746649)

**DAFTAR TABEL**

[Tabel 3. 1 Variabel Penelitian 30](#_Toc532748084)

[Tabel 3. 2 Rentang Skala 35](#_Toc532748085)

[Tabel 3. 3 Keputusan Dalam Uji Otokorelasi 38](#_Toc532748086)

[Tabel 4. 1 Uji Validitas dan Reliabilitas 46](#_Toc532748090)

[Tabel 4. 2 Rata – Rata dan Selang Kepercayaan 47](#_Toc532748091)

[Tabel 4. 3 Rentang Skala 47](#_Toc532748092)

[Tabel 4. 4 Analisis Regresi Berganda 48](#_Toc532748093)

[Tabel 4. 5 Uji Asumsi Klasik 49](#_Toc532748094)

[Tabel 4. 6 Pengujian Kesesuaian Model 50](#_Toc532748095)

[Tabel 4. 7 Pengujian Hipotesis Penelitian 50](#_Toc532748096)

**DAFTAR ISI**

[**ABSTRAK i**](#_Toc535076032)

[**ABSTRACT ii**](#_Toc535076033)

[**KATA PENGANTAR iii**](#_Toc535076034)

[**DAFTAR GAMBAR iv**](#_Toc535076035)

[**DAFTAR TABEL iv**](#_Toc535076035)

[**DAFTAR ISI vi**](#_Toc535076036)

[**BAB I PENDAHULUAN 1**](#_Toc535076037)

[A. Latar Belakang Masalah 1](#_Toc535076038)

[B. Identifikasi Masalah 6](#_Toc535076039)

[C. Batasan Masalah 6](#_Toc535076040)

[D. Batasan Penelitian 7](#_Toc535076041)

[E. Rumusan Masalah 7](#_Toc535076042)

[F. Tujuan Penelitian 7](#_Toc535076043)

[G. Manfaat Penelitian 8](#_Toc535076044)

[**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9**](#_Toc535076045)

[A.Landasan Teori **9**](#_Toc535076046)

[a. Pengertian Harga 9](#_Toc535076047)

[b. Tujuan Penetapan Harga 9](#_Toc535076048)

[c. Strategi Penetapan Harga 11](#_Toc535076049)

[d. Indikator – Indokator Harga 12](#_Toc535076050)

[B.Persepsi Resiko **13**](#_Toc535076051)

[1. Pengertian Persepsi Resiko 13](#_Toc535076052)

[2. Indikator – Indikator Resiko Kinerja 14](#_Toc535076053)

[C.Keputusan Pembelian **15**](#_Toc535076054)

[1. Pengertian Perilaku Konsumen 15](#_Toc535076055)

[2. Tipe – Tipe Perilaku Keputusan Pembelian 17](#_Toc535076056)

[3. Proses Keputusan Pembelian 18](#_Toc535076057)

[2. Indikator – Indikator Keputusan Pembelian 20](#_Toc535076058)

[D.Penelitian Terdahulu **21**](#_Toc535076059)

[E.Kerangka Pemikiran **24**](#_Toc535076060)

[F.Hipotesis **26**](#_Toc535076061)

[**BAB III METODE PENELITIAN 27**](#_Toc535076062)

[A.Objek Penelitian **27**](#_Toc535076063)

[B.Desain Penelitian **27**](#_Toc535076064)

[C.Variabel Penelitian **30**](#_Toc535076065)

[D.Teknik Sampling **32**](#_Toc535076066)

[1. Populasi 32](#_Toc535076067)

[2. Sampel 32](#_Toc535076068)

[E.Teknik Pengumpulan Data **33**](#_Toc535076069)

[1. Jenis dan Sumber Data 33](#_Toc535076070)

[2. Pengumpulan Data 33](#_Toc535076071)

[F.Teknik Analisis Data **33**](#_Toc535076072)

[1. Uji Validitas 33](#_Toc535076073)

[2. Uji Reliabilitas 34](#_Toc535076074)

[3. Analisa Deskriptif 34](#_Toc535076075)

[4. Analisis Regresi Linear Berganda 36](#_Toc535076076)

[**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 41**](#_Toc535076077)

[A.Gambaran Umum Objek Penelitian **41**](#_Toc535076078)

[1. Gambaran Umum Mengenai *Instagram* 41](#_Toc535076079)

[2. Gambaran Umum Mengenai Toko *Online* K-pop 42](#_Toc535076080)

[B.Hasil **46**](#_Toc535076081)

[C.Pembahasan **51**](#_Toc535076082)

[**BAB V SIMPULAN DAN SARAN 53**](#_Toc535076083)

[A.Simpulan **53**](#_Toc535076084)

[B.Saran **53**](#_Toc535076085)

[**DAFTAR PUSTAKA 54**](#_Toc535076086)

[**LAMPIRAN 56**](#_Toc535076087)