

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	ii
<b>ABSTRACT .....</b>	iii
<b>ABSTRAK .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA,RERANGKA KONSEPTUAL</b>	
<b>DANHYPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. <i>E-Commerce</i> .....	12
B. Duta Merek.....	19
C. Iklan .....	22

D. Citra Merek .....	24
E. Keputusan Pembelian .....	26
F. Penelitian Terdahulu .....	29
G. Hubungan Antar Variabel .....	32
H. Rerangka Konseptual .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
B. Desain Penelitian .....	38
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	39
1. Definisi Variabel .....	39
2. Operasional Variabel .....	39
D. Skala Pengukuran Variabl.....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
1. Populasi Penelitian .....	43
2. Sampel Penelitian .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Jenis Data Penelitian .....	45
H. Metode Analisis Data.....	46
1. Evaluasi <i>Measurement (outer) Model</i> .....	46
a. <i>Convergent Validity</i> .....	46
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	47
c. <i>Composite Reliability</i> .....	47
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	48

a.	Nilai R-square .....	48
b.	<i>Goodness of Fit Model</i> .....	48
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	48

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
B.	Analisis Deskriptif .....	50
1.	Karakteristik Responden .....	50
2.	Deskriptif Jawaban Responden .....	52
C.	Hasil Uji Kualitas Data .....	57
1.	Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	57
a.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	57
b.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	62
c.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> ...	64
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	65
a.	Hasil Pengujian Nilai R-square.....	66
b.	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i> .....	66
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	67
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	69
1.	Pengaruh Duta Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	69
2.	Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	69
3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	70

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>

