

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Dan Kontribusi Penelitian.....	13
1. Tujuan Penelitian .....	13
2. Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>15</b>
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Pengertian Pemasaran .....	15

2. Manajemen Pemasaran.....	16
3. Bauran pemasaran .....	17
4. Lokasi Berbasis <i>Transit Oriented Development</i> (TOD) .....	25
a. Pengertian <i>Transit Oriented Development</i> (TOD) .....	25
b. Dimensi Dan Indikator Lokasi Berbasis <i>Transit Oriented Development</i> (TOD) .....	27
c. Jenis Lokasi Berbasis <i>Transit Oriented Development</i> (TOD) .....	28
5. Promosi .....	30
a. Pengertian Dan Tujuan Promosi .....	30
b. Dimensi Dan Indikator Promosi .....	31
6. Citra Perusahaan.....	32
a. Pengertian Citra Perusahaan .....	32
b. Dimensi Dan Indikator Citra Perusahaan.....	34
7. Keputusan Pembelian.....	34
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ....	36
c. Dimensi Dan Indikator Keputusan Pembelian.....	38
d. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	39
8. Penelitian Terdahulu .....	43
B. Rerangka Konseptual .....	45
C. Hipotesis Penelitian.....	47
a. Hubungan Lokasi Berbasis <i>Transit Oriented Development</i>	

(TOD) Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
b. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
c. Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	51
B. Desain Penelitian.....	51
C. Definisi Dan Operasional Variabel .....	52
1. Definisi Variabel .....	52
2. Definisi Operasionalisasi .....	52
D. Pengukuran Variabel.....	55
E. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	56
1. Populasi Penelitian.....	56
2. Sampel Penelitian.....	57
F. Teknik Pengumpulan Data.....	58
G. Metode Analisis Data.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
B. Analisis Deskriptif .....	64
1. Karakteristik Responden .....	64
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65

c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
2.	Deskriptif Jawaban Responden .....	66
a.	Variabel Lokasi Berbasis <i>Transit Oriented Development</i> (TOD) .....	66
b.	Variabel Promosi .....	67
c.	Variabel Citra Perusahaan .....	67
d.	Variabel Keputusan Pembelian .....	68
C.	Metode Analisis Data .....	69
1.	Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	69
a.	<i>Convergent Validity</i> .....	69
b.	<i>Discriminant Validity</i> .....	73
c.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	75
d.	<i>Composite Reliability Dan Cronbach's Alpha</i> .....	75
2.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis .....	76
a.	Nilai R-Square .....	76
b.	<i>Goodness Of Fit Model</i> .....	77
c.	Hasil Pengujian Hipotesis .....	77
D.	Pembahasan .....	79
1.	Pengaruh Lokasi Berbasis <i>Transit Oriented Development</i> (TOD) Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
3.	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	80

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>81</b>
A. Simpulan .....	81
B. Saran.....	82
1. Bagi Perusahaan .....	82
2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>86</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA