

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN TINJAUAN	
A. Kajian Pustaka	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Keputusan Pembelian	16
3. Citra Merek	20
4. Komunikasi Pemasaran	21
5. Fasilitas	25
6. Hubungan Antar Variabel	28
7. Penelitian Terdahulu	30
B. Rerangka Konseptual.....	37
C. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasinonalisasi Variabel	40
1. Definisi Variabel	40
2. Operasional Variabel	41
D. Pengukuran Variabel	43
E. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel	45
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Jenis Data Penelitian	46
H. Metode Analisis Data	46
1. IBM SPSS Statistic 21	46
a) Analisis Deskriptif (<i>Descriptive Analysis</i>)	46
2. SEM – PLS	47
a) Evaluasi Measurement (Outlier Model)	48
b) Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kereta Bandara Soekarno Hatta	50
B. Statistik Deskriptif	51
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	55
C. Deskriptif Jawaban Kuesioner	56
1. Variabel Citra Merek	56
2. Variabel Komunikasi Pemasaran	57
3. Variabel Fasilitas	58
4. Variabel Keputusan Pembelian	59
D. Metode Analisis Data	59
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	60
a) Convergent Validity	60
b) <i>Discriminant Validity</i>	64
c) Average Extracted Variance (AVE)	66
d) Uji Realibilitas (<i>Composite Reliability</i>)	66
2. Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	68
a) Nilai R-Square	68
b) <i>Goodness of Fit Model</i>	68
c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	69
E. Pembahasan	72
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	72
2. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian	74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

