

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>                                | i   |
| <b>LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>                                   | ii  |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | iii |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | iv  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | v   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | vii |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | ix  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | x   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>  | xi  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>   | 1   |
| A. Latar Belakang .....   | 1   |
| B. Rumusan Masalah.....   | 8   |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....                                 | 9   |
| 1. Tujuan Penelitian.....   | 9   |
| 2. Kontribusi Penelitian .....  | 9   |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN<br/>HIPOTESIS .....</b> | 11  |
| A. Kajian Pustaka.....  | 11  |
| 1. Manajemen Pemasaran.....   | 11  |
| 2. Citra Merek.....   | 12  |
| 3. Harga .....  | 17  |
| 4. Kualitas Web .....   | 21  |
| 5. Keputusan Pembelian .....  | 24  |
| B. Penelitian Terdahulu .....   | 33  |
| D. Rerangka Pemikiran.....  | 38  |
| E. Hipotesis.....   | 38  |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                     | 39  |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian.....                                       | 39  |
| B. Desain Penelitian.....   | 39  |

|                                    |   |    |
|------------------------------------|---|----|
| C.                                 | Definisi dan Oprasional Variabel.....                                 | 40 |
| 1.                                 | Definisi Variabel.....  | 40 |
| 2.                                 | Operesionalisasi Variabel .....                                       | 41 |
| D.                                 | Skala Pengukuran.....   | 43 |
| E.                                 | Populasi dan Sampel Penelitian .....                                  | 43 |
| 1.                                 | Populasi Penelitian .....   | 43 |
| 2.                                 | Sampel Penelitian .....   | 44 |
| F.                                 | Teknik Pengumpulan Data.....  | 45 |
| G.                                 | Jenis Data Penelitian .....   | 45 |
| H.                                 | Metode Analisis .....   | 46 |
| 1.                                 | Analisis Model Persamaan ( <i>Structure Equation Model</i> ) .....    | 46 |
| 2.                                 | Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS .....                          | 48 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> | .....   | 51 |
| A.                                 | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                  | 51 |
| B.                                 | Analisis Deskriptif .....   | 52 |
| C.                                 | Metode Analisis Data : <i>SEM – Partial Least Square (PLS)</i> .....  | 63 |
| 1.                                 | Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....                 | 64 |
| 2.                                 | Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner model</i> ) ..... | 72 |
| D.                                 | Pembahasan Hasil Penelitian .....                                     | 75 |
| 1.                                 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....                | 75 |
| 2.                                 | Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....                     | 76 |
| 3.                                 | Pengaruh Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian .....              | 78 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>  | .....   | 80 |
| A.                                 | Kesimpulan .....  | 80 |
| B.                                 | Saran.....  | 80 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>              | .....   | 84 |
| <b>LAMPIRAN</b>                    | .....   | 89 |