

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
a. Pengertian Pemasaran	9
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
c. Konsep Pemasaran	11
d. <i>E-commerce</i>	12
2. Harga.....	16
a. Pengertian Harga	16
b. Dimensi dan Indikator Harga	17
c. Tujuan Penetapan Harga.	17

3. Citra Merek	19
a. Pengertian Citra Merek	19
b. Komponen Citra Merek	20
c. Manfaat Citra Merek	20
d. Dimensi dan Indikator Citra Merek	21
4. Kualitas Layanan	21
a. Definisi Kualitas Layanan	21
b. Dimensi Kualitas Layanan	23
5. Keputusan Pembelian	24
a. Pengertian Keputusan Pembelian	24
b. Tahap keputusan pembelian	25
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	28
d. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	29
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Rerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasionalisasi Variabel	40
D. Skala Pengukuran	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	45
1. Analisis Model Persamaan (<i>Structure Equation Model</i>)	45

2. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS	47
a. Evaluasi Measurement (outer) Model	47
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner model</i>)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Analisis Deskriptif	52
1. Analisis Deskriptif Responden	52
a) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
b) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
2. Analisis Deskriptif Variabel	54
a) Hasil Deskriptif Jawaban Variabel harga:	54
b) Hasil Deskriptif Jawaban Variabel Citra Merek	55
c) Hasil Deskriptif Jawaban Variabel Kualitas Layanan	57
d) Hasil Deskriptif Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	59
3. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	61
4. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner model</i>)	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	71
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	72
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82