

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kontribusi Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	12
1. Manajemen Pemasaran .....	12
a) Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
b) Bauran Pemasaran .....	14
2. Perilaku Konsumen .....	17
a) Pengertian Perilaku Konsumen .....	17
b) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	18
3. Minat Beli .....	22
a. Pengertian Minat Beli .....	22
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	24
c. Indikator Minat Beli .....	24

4. Kemudahan Penggunaan.....	25
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	25
b. Indikator Kemudahan Penggunaan .....	26
5. Harga .....	27
a. Pengertian Harga .....	27
b. Fungsi Harga .....	29
c. Tujuan Penetapan Harga .....	30
d. Indikator Harga .....	32
6. Citra Merek .....	33
a. Pengertian Citra Merek .....	33
b. Karakteristik Merek .....	35
c. Manfaat Citra Merek .....	35
d. Indikator Citra Merek.....	36
7. Penelitian Terdahulu.....	38
8. Pengembangan Hipotesis.....	40

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
B. Desain Penelitian.....	42
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	43
1. Definisi Variabel.....	43
2. Operasional Variabel .....	44
D. Pengukuran Variabel.....	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
1. Populasi Penelitian .....	46
2. Sample penelitian .....	47
F. Jenis Data Penelitian .....	48
G. Teknik Pengumpulan Data .....	48
H. Metode Analisis Data.....	49
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i> .....	49
2. SEM ( <i>Structrural Equation Modeling</i> ) – PLS ( <i>Partial Square</i> ) .....	50

1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	51
2. Pengujian model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	52

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Traveloka .....	53
1. Profile Traveloka .....	53
2. Visi Misi dan Logo Traveloka.....	544
B. Karakteristik Jawaban Responden.....	55
1) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Traveloka .....	57
4) Karakteristik Responden Berdasarkan Hobi Traveling.....	58
5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Sebulan .	58
6) Karakteristik Responden Berdasarkan Situs yang Sering Digunakan	59
7) Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Terakhir Menggunakan Maskapai Penerbangan .....	60
8) Karakteristik Responden Berdasarkan Traveling dalam Setahun .....	61
9) Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Traveloka.....	61
C. Analisis Deskriptif.....	62
1) Kemudahan Penggunaan .....	62
2) Harga .....	63
3) Citra Merek .....	64
4) Minat Beli.....	65
D. Metode Analisis Data : Component Based Structural Equation Modeling .....	66
1) <i>Evaluasi Evaluasi Measurment Model (Outer Model)</i> .....	67
a. <i>Convergent Validity</i> .....	67
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	68
c. <i>Avarage Extracted Variance (AVE)</i> .....	69
d. Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ) .....	74
2. Uji Hipotesis (Inner Model) .....	75
a. Nilai R-Square Adjusted.....	75

b. Goodness Of Fit Model .....	76
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	77
E. Pembahasan.....	79
1) Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	79
2) Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	81
3) Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	83

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	85
B. Saran.....	877

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>911</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>955</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA