

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah Penelitian .....	14
C.Tujuan Penelitian .....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
A.Kajian Pustaka.....	16
1. Perilaku Konsumen .....	16
a. Pengertian perilaku konsumen.....	16
b. Teori perilaku konsumen.....	17
c. Faktor pengaruh perilaku konsumen.....	18
2. Minat Beli.....	20
a. Definisi Minat Beli.....	20
b. Faktor-Faktor Minat Beli.....	21
c. Dimensi dan Indikator Minat Beli.....	22
3. Citra Merek.....	22
a. Definisi Citra Merek.....	22
b. Faktor-Faktor Citra Merek.....	23
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	24
4. Persepsi Harga.....	25
a. Definisi Persepsi Harga.....	25

b. Faktor-Fakor Persepsi Harga.....	26
c. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	27
5. Kepercayaan.....	28
a. Definisi Kepercayaan.....	28
b. Faktor-Fakor Kepercayaan.....	29
c. Dimensi dan Indikator Kepercayaan.....	29
6. Hubungan Antar Variabel.....	31
a. Hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	31
b. Hubungan Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	32
c. Hubungan Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	33
7. Penelitian Terdahulu.....	34
8. Rerangka Penelitian.....	36
9. Hipotesis Penelitian.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A.Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
B.Desain Penelitian.....	38
C.Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1.Definisi Variabel .....	39
2.Operasional Variabel.....	40
D.Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	43
1.Populasi Penelitian .....	43
2.Sampel Penelitian.....	44
F. Jenis data Penelitian .....	45
G. Teknik Pengumpulan data.....	45
H. Metode Analisis Data.....	46
1. IBM SPSS STASTIC 23 .....	46
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	47
3. SEM ( <i>Structrural Equation Modeling</i> ) – PLS ( <i>Partial Square</i> ).....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A.Gambaran Umum Zalora.....	51
1. Profil Zalora .....	51

2. Visi Misi dan Logo Zalora.....	52
B. Karakteristik Jawaban Responden.....	53
1. Pengetahuan .....	53
2. Jenis Kelamin .....	54
3. Usia.....	55
4. Pengeluaran Per(bulan) .....	56
5. Panutan Lifestyle.....	57
6 Penggunaan Internet.....	58
C. Analisis Deskriptif.....	59
1. Citra Merek.....	59
2. Persepsi Harga.....	60
3. Kepercayaan.....	61
4. Minat Beli.....	62
D.Metode Analisis Data: Component Based Structural Equation Modeling..	63
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	63
2. Pengujian Model Struktural/ Uji Hipotesis( <i>Inner Model</i> ).....	69
E. Pembahasan .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A.Simpulan .....	77
B.Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>