

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Perilaku Konsumen	14
3. Harga.....	18
4. Promosi	23
5. Keputusan Pembelian	26
6. Penelitian Terdahulu.....	32
7. Hubungan Antar Variabel.....	36
B. Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasional Variabel	41
D. Pengukuran Variabel	43

E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
F. Jenis Data Penelitian	45
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Metode Analisis Data	46
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	46
2. SEM (<i>Structrural Equation Modeling</i>) – PLS (<i>Partial Square</i>)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Go-Jek.....	51
1) Profile Go-Jek.....	51
2) Visi Misi dan Logo Go-Jek	52
B. Karakteristik Jawaban Responden	53
1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/bulan	55
4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Go-Jek.....	55
5) Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Go-Jek dalam Seminggu	56
C. Analisis Deskriptif.....	57
1) Harga.....	57
2) Promosi	57
3) Keputusan Pembelian.....	58
D. Metode Analisis Data : Component Based Structural Equation Modeling	59
1) Evaluasi <i>Measurment Model (Outer Model)</i>	60
2) Uji Hipotesis	70
E. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	73
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	83