

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Jasa.....	14
3. Perilaku Konsumen.....	15
4. Promosi.....	16
5. Persepsi Harga	19
6. Citra Merek.....	23
7. Keputusan Pembelian	26
8. Penelitian Terdahulu	30
B. Pengembangan Hipotesis.....	34
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. Definisi Operasional Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
1. Populasi penelitian.....	43
2. Sampel penelitian.....	44
F. Jenis dan Data penelitian	44
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Metode Analisi Data.....	46
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	46
2. Uji Instrumen	47
3. Analisis Partial Least Square	48
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Ojek Penelitian.....	53
B. Statistik Deskriptif.....	54
1. Deskripsi Responden	54
2. Deskripsi Variabel	57
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	61
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	61
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	72
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	75
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	76
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88