

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Internet	10
2. <i>E-commerce</i>	10
3. Perilaku Belajar Online.....	11
4. Kualitas Pelayanan Daring.....	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	13
5. Citra Merek.....	14
a. Pengertian Citra Merek	14
b. Dimensi dan Indikator Citra Merek	15
6. Promosi	15
a. Pengertian Promosi	15
b. Tujuan Promosi	16
c. Sarana Promosi	16
d. Dimensi dan Indikator Promosi	17
7. Keputusan Pembelian	17
a. Pengertian Keputusan Pembelian	17
b. Tahap - Tahap Proses Keputusan Pembelian	18
c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	22
8. Penelitian Terdahulu.....	23
B. Pengembangan Hipotesis.....	26
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Daring Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	30
1. Definisi Variabel.....	30
2. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Skala pengukuran.....	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
1. Populasi	34
2. Sampel	35
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis Data.....	36
1. Uji Statistik Deskriptif	36
2. Asumsi Partial Least Square (PLS).....	36
a. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	36
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis(<i>Inner Model</i>)	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	40
1. Sejarah Tokopedia.....	40
2. Visi dan Misi.....	40
3. Karakteristik Profil Responden.....	41
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Tokopedia Perbulan	42
B. Hasil Perhitungan.....	43
1. Statistik Deskriptif	43
2. <i>Structural Equation Modelling</i>	45
a. Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran)	45
b. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	54
C. Pembahasan	58
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	58
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66