

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 13 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 14 |
| 1.6 Waktu dan Periode Penelitian | 15 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 16 |
| 2.1 Landasan Teori | 16 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran | 16 |
| 2.1.2 E-commerce | 16 |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen | 17 |
| 2.1.4 Pengambilan Keputusan Pembelian | 19 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.5 | Proses Pengambilan Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.1.6 | Harga | 22 |
| 2.1.7 | Promosi | 23 |
| 2.1.8 | Kualitas Pelayanan | 24 |
| 2.1.9 | Citra Merek (Brand Image) | 25 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 27 |
| 2.3 | Hubungan Antar Variabel | 37 |
| 2.3.1 | Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 37 |
| 2.3.2 | Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian | 37 |
| 2.3.3 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian | 37 |
| 2.3.4 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 37 |
| 2.4 | Kerangka Pemikiran | 38 |
| 2.5 | Hipotesis Penelitian | 40 |
| 2.6 | Ruang Lingkup Penelitian | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 41 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 41 |
| 3.2 | Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 41 |
| 3.2.1 | Operasional Variabel | 41 |
| 3.2.2 | Skala Pengukuran | 44 |
| 3.2.3 | Tahapan Penelitian | 45 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel | 46 |
| 3.3.1 | Populasi | 46 |
| 3.3.2 | Sampel | 46 |
| 3.3.3 | Teknik Sampling | 47 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.4 | Pengumpulan Data | 48 |
| 3.4.1 | Sumber Data | 48 |
| 3.4.2 | Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.5 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 49 |
| 3.5.1 | Uji Validitas | 49 |
| 3.5.2 | Uji Reliabilitas | 52 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 53 |
| 3.6.1 | Analisis Statistik Deskriptif | 53 |
| 3.7 | Uji Asumsi Klasik | 54 |
| 3.7.1 | Uji Multikolinearitas | 54 |
| 3.7.2 | Uji Autokorelasi | 55 |
| 3.7.3 | Uji Heteroskedastisitas | 55 |
| 3.7.4 | Uji Normalitas | 55 |
| 3.8 | Regresi Linear Berganda | 56 |
| 3.9 | Uji Hipotesis | 56 |
| 3.9.1 | Uji Parsial (Uji t)..... | 57 |
| 3.9.2 | Uji Simultan (Uji F) | 58 |
| 3.10 | Uji Koefisien Determinasi (R Square) | 58 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 60 |
| 4.1 | Karakteristik Responden | 60 |
| 4.1.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 60 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 61 |
| 4.1.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 61 |
| 4.1.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan | 62 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 4.2 | Hasil Penelitian | 62 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif | 62 |
| 4.3 | Uji Asumsi Klasik | 72 |
| 4.3.1 | Uji Multikolinearitas | 72 |
| 4.3.2 | Uji Autokorelasi | 72 |
| 4.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 72 |
| 4.3.4 | Uji Normalitas | 74 |
| 4.4 | Regresi Linear Berganda | 75 |
| 4.5 | Uji Hipotesis | 77 |
| 4.5.1 | Uji Parsial (Uji t) | 77 |
| 4.5.2 | Uji Simultan (Uji F) | 78 |
| 4.5.3 | Uji Koefisien Determinasi (R Square) | 79 |
| 4.6 | Pembahasan Hasil Penelitian | 80 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 88 |
| 5.1 | Kesimpulan | 88 |
| 5.2 | Saran | 89 |
| 5.2.1 | Bagi Perusahaan | 89 |
| 5.2.2 | Bagi Peneliti Selanjutnya | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 91 |
| LAMPIRAN | | 97 |