

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</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</b> .....	<b>1</b>
1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1.    Profil Perusahaan.....	1
1.1.2.    Logo Perusahaan .....	2
1.1.3.    Visi dan Misi .....	3
1.1.4.    Layanan Perusahaan .....	3
1.2.    Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3.    Rumusan Masalah.....	11
1.4.    Tujuan Penelitian.....	12
1.5.    Kegunaan Penelitian .....	12
1.5.1.    Kegunaan Teoritis.....	12
1.5.2.    Kegunaan Praktis.....	12
1.6.    Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II</b> .....	<b>14</b>
2.1.    Perilaku Konsumen.....	14
2.2.    Keputusan Pembelian .....	15
2.2.1.    Definisi Keputusan Pembelian .....	15
2.2.2.    Tahapan Keputusan Pembelian .....	16
2.2.3.    Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	18
2.2.4.    Dimensi Keputusan Pembelian .....	22
2.2.5.    Tipe-Tipe Perilaku Keputusan Pembelian .....	23

2.2.6.	Indikator Keputusan Pembelian .....	25
2.3.	Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	27
2.3.1.	Definisi Potongan Harga ( <i>Discount</i> ) .....	27
2.3.2.	Tujuan Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	28
2.3.3.	Bentuk Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	29
2.3.4.	Indikator Potongan Harga ( <i>Discount</i> ).....	30
2.4.	E-Service Quality .....	31
2.4.1.	Definisi E-Service Quality .....	31
2.4.2.	Indikator E-Service Quality .....	31
2.5.	Hubungan Antara Variabel .....	33
2.5.1.	Discount terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.5.2.	E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.6.	Penelitian Terdahulu .....	35
2.7.	Kerangka Pemikiran .....	45
2.8.	Hipotesis Penelitian .....	46
2.9.	Ruang Lingkup Penelitian.....	47
<b>BAB III</b> .....		<b>48</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	48
3.2.	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	49
3.2.1.	Variabel Operasional .....	49
3.2.2.	Skala Pengukuran .....	52
3.3.	Tahapan Penelitian .....	53
3.4.	Populasi dan Sampel.....	53
3.4.1.	Populasi.....	53
3.4.2.	Sampel .....	54
3.5.	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	56
3.5.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.2.	Sumber Data.....	56
3.6.	Uji Keabsahan Data .....	57
3.6.1.	Uji Validitas .....	57
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	58
3.7.	Teknik Analisis Data .....	59

3.7.1.	Analisis Dekskriptif.....	59
3.7.2.	Asumsi Klasik .....	60
3.7.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	63
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>66</b>
4.1.	Pengumpulan Data.....	66
4.2.	Karakteristik Responden.....	66
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	66
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	68
4.3.	Hasil Penelitian.....	68
4.3.1	Hasil Penelitian Analisis Deskriptif .....	69
4.4.	Uji Asumsi Klasik .....	85
4.4.1.	Uji Normalitas .....	85
4.4.2.	Uji Multikolinearitas.....	86
4.4.3.	Uji Heterokedastisitas .....	87
4.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	88
4.5.	Uji Hipotesis.....	89
4.5.1.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	89
4.6.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.7.1	Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.7.2	Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>94</b>
5.1.	Kesimpulan .....	94
5.2.	Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>96</b>
<b>Lampiran 1 KUESIONER PRA-PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>101</b>

