

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PUBLIKASI	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	14
2.1. Teori Pendukung	14
A. Keputusan Pembelian	14
B. Citra Merek	17
C. Harga	19
D. <i>Word of Mouth</i>	21
E. Iklan	23
F. Hasil Penelitian yang Relevan	25
2.2. Kerangka Teori dan Hipotesis	26
A. Citra Merek dan Keputusan Pembelian	26

B.	Harga dan Keputusan Pembelian	27
C.	<i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian	29
D.	Iklan dan Keputusan Pembelian	31
E.	Model Penelitian.....	32
BAB III	33
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.2.	Desain Penelitian.....	33
3.3.	Populasi dan Sampel	34
A.	Populasi.....	34
B.	Sampel	34
3.4.	Pengembangan Instrumen.....	35
A.	Variabel Penelitian	35
B.	Definisi Operasional	36
C.	Operasionalisasi Variabel	37
D.	Skala Pengukuran	39
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.	Teknik Analisis Data	40
A.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
B.	Teknik <i>Structural Equation Modelling</i>	43
C.	Uji Hipotesis	46
BAB IV	47
4.1.	Deskripsi Data.....	47
A.	Karakteristik Responden.....	47
B.	Analisis Deskriptif.....	51
4.2.	Hasil Pengujian dan Pem`bahasan	61

A. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	61
B. Pengujian Hipotesis	75
C. Pembahasan.....	75
BAB V.....	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Implikasi	82
A. Implikasi Teoritis Penelitian	82
B. Implikasi Manajerial.....	83
C. Implikasi Deskriptif Variabel.....	83
5.3. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	96
RIWAYAT PENULIS.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, Shopee 2014-2023.....	2
Gambar I.2 Data Pengguna Internet di Indonesia	9
Gambar II.1 Model Penelitian	32
Gambar IV.1 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	47
Gambar IV.2 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar IV.3 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Gambar IV.4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Citra Merek	66
Gambar IV.5 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Harga.....	67
Gambar IV.6 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Word of Mouth</i>	68
Gambar IV.7 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Iklan	69
Gambar IV.8 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Keputusan Pembelian	70
Gambar IV.9 <i>Full Model</i> SEM AMOS.....	71
Gambar IV.10 <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	72

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel III.2 Skala Likert- <i>Type</i>	40
Tabel III.3 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel	42
Tabel III.4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	45
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin .	51
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Usia.....	51
Tabel IV.6 Skala <i>Mean</i>	52
Tabel IV.7 Deskriptif Variabel Citra Merek	52
Tabel IV.8 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	53
Tabel IV.9 Statistik <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> Citra Merek	54
Tabel IV.10 Deskriptif Variabel Harga.....	54
Tabel IV.11 Statistik Deskriptif Harga	55
Tabel IV.12 Statistik <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> Harga.....	55
Tabel IV.13 Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	56
Tabel IV.14 Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i>	57
Tabel IV.15 Statistik <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> <i>Word of Mouth</i>	57
Tabel IV.16 Deskriptif Variabel Iklan	58
Tabel IV.17 Statistik Deskriptif Iklan.....	59

Tabel IV.18 Statistik <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> Iklan	59
Tabel IV.19 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel IV.20 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	60
Tabel IV.21 Statistik <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i> Keputusan Pembelian	61
Tabel IV.22 KMO and <i>Bartlett's Test</i> Variabel Citra Merek	62
Tabel IV.23 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Citra Merek	62
Tabel IV.24 KMO and <i>Bartlett's Test</i> Variabel Harga	63
Tabel IV.25 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Harga	63
Tabel IV.26 KMO and <i>Bartlett's Test</i> Variabel <i>Word of Mouth</i>	63
Tabel IV.27 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Word of Mouth</i>	64
Tabel IV.28 KMO and <i>Bartlett's Test</i> Variabel Iklan	64
Tabel IV.29 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel iklan	64
Tabel IV.30 KMO and <i>Bartlett's Test</i> Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel IV.31 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel IV.32 Uji Reliabilitas	65
Tabel IV.33 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Citra Merek	67
Tabel IV.34 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Harga	67
Tabel IV.35 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Word of Mouth</i>	68
Tabel IV.36 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Iklan	69
Tabel IV.37 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel IV.38 Hasil Uji <i>Full Model</i> SEM AMOS	71
Tabel IV.39 Hasil Uji <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	73

Tabel IV.40 Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i>	74
Tabel IV.41 Hasil Uji Hipotesis	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1	Kuesioner Penelitian
2	Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i>
3	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i>
4	Hasil <i>Fitted Model SEM</i>