

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Citra Merek	18
2.1.3 Harga.....	20
2.1.4 Promosi	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.2 Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian	28
2.3.3 Pengaruh Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Hipotesis	30
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.1.1 Tempat Penelitian	32
3.1.2 Waktu Penelitian.....	32
3.1.3 Batasan Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian	33

3.3	Populasi dan Sampling.....	34
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Operasionalisasi Variabel Penelitian	37
3.6	Metode Analisis Data.....	43
3.6.1	Uji Instrumen	43
3.6.2	Uji Asumsi Dasar	44
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEM BAHASAN		48
4.1	Analisis Deskriptif	48
4.1.1	Profil Responden.....	48
4.1.2	Variabel Penelitian.....	53
4.2	Hasil Uji Instrumen.....	63
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	63
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.3	Hasil Uji Asumsi Dasar.....	66
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	66
4.3.2	Hasil Uji Linearitas	67
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1	Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
4.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.5	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.5.1	Hasil Uji Regresi Parsial (t)	71
4.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.6	Pembahasan.....	73
4.6.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.6.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
5.2.1	Saran Teoritis	79
5.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA		82

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Transaksi Perdagangan Elektronik Asia Tenggara.....	2
Gambar I-2 Transaksi Perdagangan Elektronik di Indonesia	3
Gambar I-3 Penilaian Traveloka Pada Play Store.....	6
Gambar I-4 <i>Online Travel Agent</i> di Media Sosial Twitter.....	8
Gambar I-5 <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) Traveloka	9
Gambar I-6 Ulasan Traveloka pada App Store dan Jasa Hotel.....	11
Gambar II-1 Paradigma Penelitian.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 <i>Top Brand Index</i>	4
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu terhadap Keputusan Pembelian	24
Tabel I-I <i>Top Brand Index</i>	4
Tabel II-2 Tabel Hipotesis	31
Tabel IV-1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel IV-2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	49
Tabel IV-3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel IV-4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	51
Tabel IV-5 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel IV-6 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	52
Tabel IV-7 Tabel Interval Skor Rata-Rata	53
Tabel IV-8 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	54
Tabel IV-9 Analisis Deskriptif Citra Merek (X1).....	57
Tabel IV-10 Analisis Deskriptif Harga (X2)	59
Tabel IV-11 Analisis Deskriptif Promosi (X3).....	61
Tabel IV-12 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel IV-13 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel IV-14 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel IV-15 Hasil Uji Linearitas	67
Tabel IV-16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel IV-17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel IV- 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel IV-19 Hasil Uji Regresi Parsial (t).....	71
Tabel IV-20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	87
LAMPIRAN II HASIL OLAH DATA KUESIONER	94
Lampiran II-1 Profil Responden.....	94
Lampiran II-2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	95
Lampiran II-3 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)	95
Lampiran II-4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	96
Lampiran II-5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	96
Lampiran II-6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)	97
Lampiran II-7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	98
Lampiran II-8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	99
Lampiran II-9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
Lampiran II-10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1)	100
Lampiran II-11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	101
Lampiran II-12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)	101
Lampiran II-13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	101
Lampiran II-14 Hasil Uji Normalitas	101
Lampiran II-15 Hasil Uji Linearitas Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	102
Lampiran II-16 Hasil Uji Linearitas Harga dengan Keputusan Pembelian	102
Lampiran II-17 Hasil Uji Linearitas Promosi dengan Keputusan Pembelian	102
Lampiran II-18 Hasil Uji Multikolinearitas	103
Lampiran II-19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
Lampiran II-20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t)	104
Lampiran II-21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji R ²)	104