

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	13
1.4 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	15

2.1.2 Harga .....	20
2.1.3 Lokasi .....	24
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	29
2.1.4 <i>Brand Image</i> .....	34
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	37
2.2.1 Hubungan Antara Harga dengan Keputusan Pembelian .....	37
2.2.2 Hubungan Antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian .....	38
2.2.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....	39
2.2.4 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian .....	40
2.3 Penelitian Terdahulu .....	41
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
2.5 Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	45
3.1.1 Variabel Penelitian .....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	46
3.2 Populasi dan Sampel .....	48
3.2.1 Populasi .....	48
3.2.2 Sampel .....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.3.1 Data Primer .....	50

3.3.2 Data Sekunder .....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.4.1 Kuesioner .....	50
3.4.2 Studi Pustaka .....	51
3.5 Metode Analisis Data .....	51
3.5.1 Uji Instrumen Data .....	55
3.5.1.1 Uji Validitas .....	55
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	56
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	56
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	57
3.5.3 Analisis Regresi Berganda .....	57
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	58
3.5.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
3.5.4.2 Uji Kelayakan Model .....	59
3.5.4.3 Uji Pengaruh Kausalitas .....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	61
4.1 Pendahuluan .....	61
4.2 Gambaran Umum Perusahaan .....	61
4.3 Gambaran Umum Responden .....	62
4.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.3.2 Responden Berdasarkan Usia .....	63

4.3.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
4.3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
4.3.5 Responden Berdasarkan Pendapatan .....	65
4.3.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informan tentang Jasa Pengiriman Tiki .....	66
4.2.8 Responden Berdasarkan Alasan Lebih Memilih Jasa Pengiriman Tiki .....	66
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	67
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian .....	68
4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Harga .....	70
4.3.3 Analisis Indeks Jawaban Lokasi .....	71
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Pelayanan .....	73
4.3.5 Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Image</i> .....	74
4.4 Analisis Hasil Penelitian .....	76
4.4.1 Uji Validitas .....	76
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	77
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	78
4.4.3.1 Uji Normalitas .....	78
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	80
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	81
4.5.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	83
4.5.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	86
4.5.5.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86

4.5.5.2 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	87
4.5.5.3 Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t) .....	88
4.6 Interpretasi Hasil .....	90
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
5.1 Ringkasan Penelitian .....	93
5.2 Kesimpulan Hipotesis .....	94
5.2.1 Kesimpulan Hipotesis 1 .....	94
5.2.2 Kesimpulan Hipotesis 2 .....	95
5.2.3 Kesimpulan Hipotesis 3 .....	96
5.2.4 Kesimpulan Hipotesis 4 .....	96
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	97
5.4 Implikasi Teoritis dan Manajerial .....	98
5.4.1 Implikasi Teoritis .....	98
5.4.2 Implikasi Manajerial .....	100
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	104
5.6 Penelitian Mendatang .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>109</b>