

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
2.1. Tinjauan Pustaka	13
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2. Kualitas Produk.....	19
2.1.3. Citra Merk	25
2.1.4. Pemasaran Online	29
2.2. Kerangka Berpikir Teoritis	33
2.3. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3. Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian	36
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	37
3.1.1. Jenis Penelitian.....	37
3.1.2. Desain Penelitian.....	37
3.2. Objek Penelitian	38
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sampel.....	39

3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	39
3.4.	Jenis dan Sumber Data	40
3.5.	Definisi Operasional Variabel	40
3.6.	Skala Pengukuran Data	42
3.7.	Uji Instrumen	42
3.7.1.	Uji Validitas	42
3.7.2.	Uji Reliabilitas	43
3.8.	Metode Analisis Data	43
3.8.1.	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.2.	Analisis Linier Berganda	45
3.8.3.	Uji Model	47
3.8.4.	Uji t (parsial).....	48
4.1.	Deskripsi Reponden	49
4.1.1	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan	50
4.1.4	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2	Uji Deskriptif	52
4.2.1	Analisis Deskrptif Variabel Kualitas Produk.....	53
4.2.2	Analisis Deskrptif Variabel Citra Merek	53
4.2.3	Analisis Deskrptif Variabel Pemasaran Online.....	54
4.2.4	Analisis Deskrptif Variabel Keputusan Pembelian.....	55
4.3	Uji Instrumen Penelitian	56
4.3.1	Uji Validitas	56
4.3.2	Uji Relabilitas	57
4.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1	Uji Normalitas.....	58
4.4.1.1	Uji Heterokedastisitas	59
4.4.1.2	Uji Multikolinearitas	60
4.5	Uji Model	61
4.6	Pengujian Hipotesis	63

4.6.1 Uji F	63
4.6.2 Uji t	63
4.7 Pembahasan	65
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	65
4.7.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7.3 Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian.....	67
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi Kebijakan	70
5.3 Keterbatasan Penelitian	70
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	71
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.