

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Tujuan, Posisi, dan Kepribadian Shopee	2
1.1.3 Nilai-nilai Shopee	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	19
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Pengertian Layanan	21
2.1.3 Pengertian Kualitas Layanan	22
2.1.4 Pengertian Persepsi	23
2.1.5 Pengertian Harga	23
2.1.6 Pengertian Persepsi Harga	24
2.1.7 Dimensi Persepsi Harga	24
2.1.8 Pengertian Citra Merek	25
2.1.9 Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.1.10 Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.1.11 Pengertian Kepuasan Konsumen	28
2.1.6 Penelitian Terdahulu	30

2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis Penelitian.....	35
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	37
2.3.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.7 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.8 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian	39
2.3.9 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian	39
2.3.10 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian	39
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Operasional Variabel.....	42
3.2.1 Operasional Variabel.....	42
3.2.2 Skala Pengukuran	45
3.3 Tahapan Penelitian	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel.....	48
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	49
3.5.1 Jenis Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1 Statistik Deskriptif	50
3.6.2 Metode Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	50
3.6.2.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51

3.6.2.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
3.6.3.	Uji Hipotesis	55
3.6.4.	Efek Moderasi	55
3.6.5	<i>Rule of Thumb for Accepting the Hypothesis</i>	56
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Objek Penelitian	58
4.1.1	Demografi Responden	58
4.1.2	Statistik Deskriptif.....	61
4.2 Analisis Hasil Penelitian	65
4.2.1	Pengujian <i>outer</i> Model (Model Pengukuran)	65
4.2.1.1	<i>Convergent Validity</i> (Reliability Analysis)	66
4.2.1.2	<i>Discriminant Validity</i>	67
4.2.1.3	<i>Validity Analysis</i>	68
4.2.1.3	<i>Reliability Analysis</i>	69
4.2.1.4	Collinearity Test	69
4.2.2	Pengujian <i>Inner</i> Model (Model Struktural)	70
4.2.2.1	Analisis Varian (R^2) atau Uji Determinasi.....	71
4.2.2.2	Pengujian <i>Stone Geisser</i>	71
4.2.2.3	F Square Effect Size	72
4.2.2.4	Uji Mediasi.....	72
4.2.3	Pengujian Hipotesis	74
4.3 Pembahasan		78
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan		85
5.2 Saran		87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN		94