

DAFTAR ISI

ABSTARK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Sejarah Indrive	2
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Kegunaan Penelitian	17
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	17
1.5.2 Kegunaan Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.1 Pemasaran Pada Transportasi Online	25

2.1.4 Konsep Harga	26
2.1.5 Persepsi Harga Sebagai Penilai Konsumen	28
2.1.6 Dimensi Persepsi Harga.....	30
2.1.7 <i>Perceived Quality</i>	31
2.1.8 Faktor Yang Membangun Persepsi Kualitas	32
2.1.9 <i>Willingg to Buy</i>	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.2.1 Ulasan Jurnal Nasional dan Internasional.....	35
2.2.2 Ulasan Skripsi Terdahulu.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.4 Hipotesis Penelitian	47
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Operasional Variable dan Skala Pengukuran.....	48
3.2.1 Variabel Operasional	48
3.2.2 Skala Pengukuran	50
3.3 Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1 Populasi.....	51
3.3.2 Sampel	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5 Uji Validitas dan Uji Realibitas	54
3.5.1 Uji Validitas.....	54
3.1.1 Uji Realibitas	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Analisis Statistika Deskriptif	57
3.6.2 Uji Normalitas.....	59

3.6.3 Analisis Path	59
3.6.4 Pengujian Hipotesis (Uji t)	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Pengumpulan Data	62
4.2 Karakteristik Responden.....	62
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Angkatan.....	63
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Fakultas.....	64
4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jurusan	65
4.4 Hasil Penelitian	66
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	67
4.4.2 Uji Normalitas.....	76
4.4.3 Analisis Path	78
4.4.4 Uji Hipotesis	82
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	88
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94