

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN STRATEGI.....	i
Tugas Akhir.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	1
DAFTAR LAMPIRAN	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	3
1.2. Latar Belakang	4
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Batasan Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 <i>Marketing Management</i>	13
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P)	14
2.1.3 <i>Consumer Behavior</i>	16
2.1.4 <i>Servqual Model</i>	18

2.1.5	Kualitas Layanan	19
2.1.6	Dimensi Kualitas Layanan	20
2.1.7	Strategi Penetapan Harga	21
2.1.8	Dimensi Strategi Penetapan Harga	22
2.1.9	<i>Digital Branding</i>	22
2.1.10	Dimensi <i>Digital Branding</i>	24
2.1.11	Keputusan Pembelian	24
2.1.12	Dimensi Keputusan Pembelian	26
2.1.13	Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.1.14	Penelitian Terdahulu.....	28
2.2	Kerangka Pemikiran.....	31
2.3	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Operasionalisasi Variabel	35
3.3	Tahapan Penelitian.....	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1	Pengumpulan Data.....	39
3.5.2	Sumber Data	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.6.3	Uji Mediasi.....	43
3.7	Teknik Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Data	44
3.7.2	Pengujian Model Pengukuran	44

3.7.3	Pengujian Model Struktur	44
3.7.4	Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1.	Pengumpulan Data.....	46
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	47
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	47
4.2	Pengolahan Data	48
4.2.1	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	48
4.3	Verifikasi Hasil	49
4.3.1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	49
4.3.2	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	50
4.3.3	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	51
4.4	Validasi	52
4.4.1	Analisis Model Struktural	52
4.4.2	Hasil Uji <i>F-Square</i>	53
4.4.3	Hasil Uji <i>R-Square</i>	53
4.4.4	Hasil Uji <i>Q-Square</i>	54
4.4.5	Hasil Uji Mediasi.....	54
4.4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
Daftar Lampiran		68