

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR RUMUS	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.5.1 Maksud Penelitian.....	10
1.5.2 Tujuan Penelitian	10
1.6 Kegunaan Penelitian	10
1.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	11

2.1.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	28
2.1.4.3	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	31
2.1.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	35
2.1.5	Penelitian Terdahulu	36
2.2	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	38
2.2.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.2.3	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.2.4	Hipotesis Penelitian	42
BAB III	METODE PENELITIAN	43
3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
3.2.1	Populasi Penelitian.....	43
3.2.2	Sampel Penelitian	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	44
3.3.1	Sumber Data	45
3.3.2	Instrumen Penelitian	46
3.3.3	Pengukuran Variabel.....	48
3.4	Teknik Analisis Data.....	49

3.4.1	<i>Method of Successive Interval</i>	50
3.4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	51
3.4.2.1	Uji Validitas	51
3.4.2.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.4.3	Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	52
3.4.4	Pengujian Asumsi Klasik.....	53
3.4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.4.6	Pengujian Hipotesis	55
3.4.6.1	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	55
3.4.6.2	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	57
3.4.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Hasil Penelitian	59
4.1.1	Gambaran Umum Konsumen.....	59
4.1.2	Gambaran Variabel Penelitian.....	61
4.1.2.1	Gambaran Mengenai Variabel Citra Merek	61
4.1.2.2	Gambaran Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan..	67
4.1.2.3	Gambaran Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	73
4.1.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
4.1.3.1	Hasil Pengujian Validitas	79
4.1.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	81
4.1.4	Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	82

4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	83
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas.....	84
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas	85
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.1.7 Pengujian Hipotesis	87
4.1.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	87
4.1.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	87
4.1.8 Analisis Koefisien Determinasi	89
4.2 Pembahasan	90
4.2.1 Gambaran Citra Merek Pada Alfacart.com.....	90
4.2.2 Gambaran Kualitas Pelayanan Pada Alfacart.com	91
4.2.3 Gambaran Keputusan Pembelian Pada Alfacart.com	92
4.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	97
4.2.6 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Pada Konsumen Alfacart.com.....	3
Tabel 1.2 <i>Top Brand</i> Situs Jual Beli <i>Online</i> Tahun 2018 dan 2019	5
Tabel 1.3 Hasil Prasurvey Mengenai Citra Merek Alfacart.com.....	5
Tabel 1.4 Data Keluhan Konsumen Atas Pelayanan Alfacart.com	7
Tabel 1.5 Hasil Prasurvey Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Alfacart.com....	8
Tabel 1.6 Waktu Penelitian.....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2 Skoring Untuk Jawaban Responden	49
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status.....	60
Tabel 4.5 Klasifikasi Konsumen Berdasarkan Intensitas Berkunjung.....	61
Tabel 4.6 Klasifikasi Konsumen Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	61
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Indikator <i>Brand Identity</i>	62
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Indikator <i>Brand Personality</i>	63

Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Indikator <i>Brand</i>	
<i>Association</i>	64
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Indikator <i>Brand</i>	
<i>Attitude and Behavior</i>	65
Tabel 4.11 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Indikator <i>Brand</i>	
<i>Benefit and Competence</i>	66
Tabel 4.12 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Citra Merek	67
Tabel 4.13 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Bukti Fisik	
<i>(Tangibles)</i>	68
Tabel 4.14 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Keandalan	
<i>(Reliability)</i>	69
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Daya	
Tanggap <i>(Responsiveness)</i>	70
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Jaminan	
<i>(Assurance)</i>	71
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Empati	
<i>(Empathy)</i>	72
Tabel 4.18 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Kualitas	
Pelayanan	73
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Indikator Pengenalan	
Masalah	74

Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pencarian Informasi	75
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Evaluasi Alternatif	76
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Keputusan Konsumen.....	77
Tabel 4.23 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Perilaku Pasca Pembelian.....	78
Tabel 4.24 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4.25 Validitas Variabel Citra Merek	80
Tabel 4.26 Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	80
Tabel 4.27 Validitas Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.28 Reliabilitas Variabel Citra Merek	81
Tabel 4.29 Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	82
Tabel 4.30 Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 4.31 Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	83
Tabel 4.32 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	84
Tabel 4.33 Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.34 Regresi Linear Berganda.....	86
Tabel 4.35 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	87
Tabel 4.36 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	88

Tabel 4.37 Koefisien Determinasi Simultan	89
Tabel 4.36 Koefisien Determinasi Parsial.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Laba Bersih PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Periode 2016-2018	2
Gambar 2.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Oleh Konsumen.....	28
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian	31
Gambar 2.3	Model Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
Gambar 2.4	Paradigma Pemikiran	41
Gambar 3.1	Garis Kontinum.....	49
Gambar 4.1	Garis Kontinum Kategorisasi Penilaian Variabel Citra Merek	67
Gambar 4.2	Garis Kontinum Kategorisasi Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan	73
Gambar 4.3	Garis Kontinum Kategorisasi Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	85

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Nilai Skala	50
Rumus 3.2 Rumus <i>Transformed Scale Value</i> (TSV)	51
Rumus 3.3 Rumus Koefisien Korelasi <i>Product Moments Pearson</i>	51
Rumus 3.4 Rumus <i>Alfa Cronbach</i>	52
Rumus 3.5 Rumus Korelasi	52
Rumus 3.6 Rumus Analisis Regresi Linear Berganda	55
Rumus 3.7 Rumus Uji t	56
Rumus 3.8 Rumus Uji F	57
Rumus 3.9 Rumus Koefisien Determinasi	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 – Lampiran Kuesioner

Lampiran 2 – Lampiran Tabulasi Responden

Lampiran 3 – Lampiran Hasil Output Spss

Lampiran 4 – Lampiran Tabel r

Lampiran 5 – Lampiran Tabel t

Lampiran 6 – Lampiran Tabel F

Lampiran 7 – Kartu Bimbingan

Lampiran 8 – Daftar Riwayat Hidup