

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Idenifikasi dan Pembatasan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.1.2 Pengertian Pemasaran Online	12
2.1.2 Pengertian Ritel.....	15
2.1.2.1 Jenis- Jenis Pengecer	15
2.1.3 Persepsi Harga.....	16
2.1.3.1 Peranan Harga	20
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.1.3.3 Indikator Harga.....	22
2.1.4 Pelayanan Jasa.....	23
2.1.4.1 Pengertian Pelayanan.....	23
2.1.4.2 Karakteristik Jasa	24
2.1.4.3 Persepsi Kualitas Pelayanan	25
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.1.5 Minat Beli.....	26
2.1.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	27

2.1.5.2 Indikator Minat Beli	28
2.1.6 Persepsi Konsumen	28
2.1.6.1 Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	29
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1 Hubungan antara Persepsi Harga dengan minat beli konsumen ritel	37
2.3.2 Hubungan antara Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli konsumen ritel	37
2.3.3 Pengaruh Belanja Online terhadap hubungan antara persepsi harga dengan Minat beli konsumen ritel	38
2.3.4 Pengaruh Belanja Online terhadap hubungan antara Persepsi kualitas pelayanan dengan minat beli Konsumen ritel	39
2.4 Hipotesis Penelitian	40
2.5 Model Penelitian	41

BAB III METODELOGI PENELITIAN 42

3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Jenis Dan Sumber Data	42
3.2.1 Jenis Data	42
3.2.2 Sumber Data	43
3.3 Populasi Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel	43
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.4 Unit Analisis	44
3.5 Definisi Operasional Variabel	45
3.5.1 Persepsi Harga	45
3.5.2 Persepsi Kualitas Pelayanan	46
3.5.3 Minat Beli	47
3.5.4 Belanja Online	48
3.6 Teknik Analisis Data	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	52
3.7 Uji Hipotesis	53
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.7.2 Uji t (Parsial)	55
3.7.3 Uji F (simultan)	55
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Deskriptif Data/ Karakteristik Responden.....	57
4.2 Uji Kualitas Data.....	59
4.2.1 Hasil Uji Validitas	59
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.3 Hasil Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	63
4.4 Hasil Pengaruh Belanja Online Memoderasi Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Beli	65
4.5 Hasil Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli.....	68
4.6 Hasil Pengaruh Belanja Online Memoderasi Hubungan Antara Persepsi Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli	69
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.7.1 Hasil Uji F	70
4.7.2 Hasil Uji t	71
4.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.9 Temuan Penelitian.....	78
4.10 Keterbatasan Penelitian	79
 BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN.....	 77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	78
5.3 Implikasi Penelitian.....	79
 DAFTAR PUSTAKA	 81
 LAMPIRAN	