DAFTAR ISI

PENGESAHAN

PERNYATAAN

ABSTRACT

ABSTRAK

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Batasan Masalah 7

1.5 Manfaat Penelitian 8

1.5.1 Praktisi 8

1.5.2 Akademis 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 9

2.1 Kajian Pustaka Teoritis 9
2.1.1 Definisi Harga 9
2.1.2 Definisi Kualitas Produk 13
2.1.3 Definisi Marketing *Online* 16
2.1.3.1 Konsep Dasar Marketing *Online* 16
2.1.3.2 Pengertian Marketing *Online* 18
2.1.3.3 Pengembangan Praktek Marketing 21
2.1.3.4 Jenis-jenis *E-Marketing* 23
2.1.3.5 Penerapan Marketing *Online* Pada *Online Shopping* 26
2.1.4 Definisi Keputusan Pembelian 36
2.1.5 Definisi Kepuasan Konsumen 39
2.1.6 Hubungan Antar Variabel 43
2.1.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 43
2.1.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 44
2.1.6.3 Pengaruh Marketing *Online* Terhadap Keputusan Pembelian .. 45
2.1.6.4 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 46
2.1.6.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen 47
2.1.6.6 Pengaruh Marketing *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen ... 48
2.1.6.7 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen 49
2.1.6.8 Pengaruh Harga Terhadap Kualitas Produk 50
2.1.6.9 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Marketing *Online* 50
2.1.6.10 Pengaruh Harga Terhadap Marketing *Online* 51
2.2 Penelitian Terdahulu 51

2.3 Kerangka Pemikiran 53

2.4 Hipotesis 57

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 58

3.1 Metode dan Objek Penelitian 58

3.1.1 Metode Penelitian 58

3.1.2 Objek Penelitian 58

3.2 Operasionalisasi Variabel 59

3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data 64

3.3.1 Sumber Data 64

3.3.2 Metode Pengumpulan Data 65

3.4 Rancangan Penelitian 66

3.5 Populasi dan Sampel 67

3.5.1 Populasi 67

3.5.2 Sampel 68

3.6 Metode Analisis Data 70

3.6.1 Analisis Kualitatif (Deskriptif) 70

3.6.2 Analisis Kuantitatif (Verifikatif) 72

3.6.3 Analisis Regresi 95

3.6.4 Analisis Korelasi 97

3.6.5 Analisis Jalur (*Path Analysis*) 98

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian 109

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 110

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 110

4.1.1 Profil Perusahaan 110
4.1.2 Visa dan Misi Perusahaan 114
4.1.3 Struktur Organisasi 115
4.1.4 Deskripsi Pekerjaan 116
4.1.5 Aktivitas Perusahaan 117
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi 118
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal 118
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 120
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 120
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir 121
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 122
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan 123
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Referensi Zahra *Baby Shop* 124
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berapa Lama Mengetahui Zahra *Baby Shop* 125
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Pakaian Anak Selain dari Zahra *Baby Shop* 126
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Pembelian Produk 127
4.3 Analisis Kualitatif (Deskriptif) 128
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Harga 128
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk 137
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Marketing *Online* 151
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 164

4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen …….. 174
4.4 Analisis Kuantitatif (Verifikatif) ……. 186
4.4.1 Korelasi Antara Harga Dengan Kualitas Produk …….. 186
4.4.2 Korelasi Antara Kualitas Produk Dengan Marketing *Online* ……... 187
4.4.3 Korelasi Antara Harga Dengan Marketing *Online* ……... 188
4.4.4 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian ……. 189
4.4.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .. 190
4.4.6 Analisis Pengaruh Marketing *Online* Terhadap Keputusan Pembelian . 191
4.4.7 Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing *Online* Terhadap Keputusan Pembelian ……. 192
4.4.8 Analisis Jalur Antara Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing *Online* Terhadap Keputusan Pembelian …..…… 195
4.4.9 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ……. 196
4.4.10 Analisis Pengaruh Marketing *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen 197
4.4.11 Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen …… 199
4.4.12 Analisis Pengaruh Harga, Marketing *Online*, dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen ……. 200
4.4.13 Analisis Jalur Antara Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Marketing *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen ……. 202
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN …… 204
5.1 Kesimpulan …… 204
5.2 Saran …….. 206

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN