

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan Teori .....	12
1. Minat Beli <i>Online</i> .....	12
2. Citra Merek.....	15
3. Persepsi Tarif.....	23
4. Persepsi Kepercayaan .....	31
5. Persepsi Nilai.....	34

B. Pengaruh antar Variabel Penelitian .....	36
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Tarif.....	36
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Kepercayaan.....	37
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Nilai.....	37
4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> .....	38
5. Pengaruh Persepsi Tarif terhadap Persepsi Nilai.....	38
6. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Persepsi Nilai.....	39
7. Pengaruh Persepsi Tarif terhadap Minat Beli <i>Online</i> .....	39
8. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Beli <i>Online</i> .	40
9. Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Minat Beli <i>Online</i> .....	40
10. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi Persepsi Tarif .....	41
11. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi Persepsi Kepercayaan .....	41
12. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi Persepsi Nilai.....	42
13. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi oleh Persepsi Nilai .....	42
14. Pengaruh Persepsi Tarif terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi oleh Persepsi Nilai .....	43
C. Penelitian Terdahulu.....	43
D. Kerangka Pemikiran .....	50
E. Hipotesis .....	50
 BAB III: METODE PENELITIAN .....	 53
A. Rancangan Penelitian .....	53
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
1. Populasi .....	53
2. Sampel Penelitian .....	54
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	54
4. Besaran Sampel .....	55

C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	56
1. Jenis Data.....	56
2. Metode Pengumpulan Data .....	56
D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	57
1. Variabel Bebas.....	57
2. Variabel Terikat.....	57
3. Variabel Mediasi.....	57
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	58
F. Skala Pengukuran Variabel.....	60
G. Metode Analisis Data .....	62
1. Analisis Deskriptif.....	62
2. Analisis Kuantitatif.....	62
a. Teknik Analisis Data.....	63
1) Uji Validitas dan Reliabilitas ( <i>Outer Model</i> ) .....	67
2) Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	70
3) Uji Hipotesis .....	71
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 88
A. Hasil Penelitian .....	88
1. Analisis Deskriptif.....	88
a. Karakteristik Responden .....	88
b. Deskriptif Variabel .....	92
2. Analisis Kuantitatif.....	98
a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas ( <i>Outer Model</i> ).....	98
b. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	105
3. Pengujian Hipotesis .....	108
B. Pembahasan .....	118
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Tarif.....	118
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Kepercayaan.....	118
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Nilai.....	119
4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> .....	119

5. Pengaruh Persepsi Tarif terhadap Persepsi Nilai.....	120
6. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Persepsi Nilai.....	121
7. Pengaruh Persepsi Tarif terhadap Minat Beli <i>Online</i> .....	121
8. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Beli <i>Online</i> .	122
9. Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Minat Beli <i>Online</i> .....	122
10. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi Persepsi Tarif .....	123
11. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi Persepsi Kepercayaan .....	124
12. Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi Persepsi Nilai .....	125
13. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi oleh Persepsi Nilai.....	126
14. Pengaruh Persepsi Tarif terhadap Minat Beli <i>Online</i> yang dimediasi oleh Persepsi Nilai .....	127
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....	 129
A. Kesimpulan.....	129
B. Saran .....	131
1. Saran Praktisi.....	131
2. Saran Akademisi.....	132
 DAFTAR PUSTAKA .....	 133

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pertumbuhan hotel di DIY menurut BPS Yogyakarta .....	4
Tabel 1.2 Tarif Hotel Bintang Tiga di Prawirotaman via Traveloka.com .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2 Tabel Skor Skala Likert .....	61
Tabel 3.3 Tabel Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden .....	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	89
Tabel 4.2 Usia Responden .....	89
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	90
Tabel 4.4 Pendapatan Responden .....	91
Tabel 4.5 Penilaian Citra Merek (X).....	92
Tabel 4.6 Penilaian Persepsi Tarif (Z1) .....	93
Tabel 4.7 Penilaian Persepsi Kepercayaan (Z2) .....	94
Tabel 4.8 Penilaian Persepsi Nilai (Z3) .....	95
Tabel 4.9 Penilaian Minat Beli <i>Online</i> (Y) .....	96
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> .....	99
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i> .....	102
Tabel 4.12 <i>AVE</i> .....	103
Tabel 4.13 <i>Composite Reability</i> .....	103
Tabel 4.14 <i>Cronbach Alpha</i> .....	104
Tabel 4.15 Hasil <i>R-square</i> .....	106
Tabel 4.16 Hasil <i>Bootstrapping</i> Pengaruh Langsung .....	108
Tabel 4.17 Hasil <i>Bootstrapping</i> Pengaruh Tidak Langsung .....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penggunaan <i>e-commerce</i> di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Proses Terjadinya Keputusan Pembelian .....	13
Gambar 2.2 Model Konseptual Pemrosesan Kognitif dari Informasi Harga .....	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	50
Gambar 3.1 Tahapan Analisis Menggunakan SmartPLS 3.0 .....	64
Gambar 3.2 Diagram Jalur Penelitian .....	67
Gambar 4.1 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> .....	98
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> .....	105
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Sobel Test CM-PT-MB .....	113
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Sobel Test CM-PK-MB .....	114
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Sobel Test CM-PN-MB .....	115
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Sobel Test PT-PN-MB .....	116
Gambar 4.7 Hasil Pengujian Sobel Test PK-PN-MB .....	117

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	141
Lampiran 2 Data Jawaban 30 Responden .....	149
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	155
Lampiran 4 Rekapitulasi Data 91 Responden .....	165
Lampiran 5 Analisis Deskriptif.....	176
Lampiran 6 Hasil Olah Data PLS .....	181