

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN

ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.5 Tempat dan Waktu Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Framing Discount</i>	12
2.1.2 <i>Tagline</i>	19
2.1.3 Reputasi Merek	27
2.1.4 Citra Merek	30

2.1.5	Keputusan Pembelian.....	38
2.1.6	Penelitian yang Relevan.....	45
2.2	Kerangka Pemikiran.....	52
2.3	Hipotesis.....	56
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	57
3.1	Objek Penelitian.....	57
3.2	Metode Penelitian.....	57
3.2.1	Variabel Penelitian.....	57
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	58
3.2.3	Sumber Data.....	59
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.5	Populasi dan Sampel.....	60
3.2.6	Teknik Pengolahan Data.....	61
3.2.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.2.8	Skala Likert.....	64
3.2.9	Nilai Jenjang Interval (NJI).....	65
3.2.10	Transformasi Data Ordinal ke Interval.....	66
3.2.11	Analisis Jalur.....	66
3.2.12	Pengujian Hipotesis.....	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1	Hasil Penelitian.....	72
4.1.1	<i>Framing Discount Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia.....	72
4.1.2	<i>Tagline “Gratis Ongkir” Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia.....	74

4.1.3	Reputasi Merek <i>Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	76
4.1.4	Citra Merek <i>Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	78
4.1.5	Keputusan Pembelian Konsumen <i>Fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	81
4.2	Pembahasan.....	84
4.2.1	<i>Discount Framing, Tagline “Gratis Ongkir”,</i> Reputasi Merek, Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada Konsumen e-Commerce Shopee Indonesia	84
4.2.2	Pengaruh Parsial <i>Discount Framing, Tagline “Gratis Ongkir”,</i> Reputasi Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen <i>fashion e-Commerce</i> Shopee Indonesia	87
4.2.3	Pengaruh Simultan <i>Discount Framing, Tagline “Gratis Ongkir”,</i> Reputasi Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen e-Commerce Shopee Indonesia	94
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	98
5.1	Simpulan	98
5.2	Saran.....	99
	DAFTAR PUSTAKA	101
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	