

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	7
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9

2.1	Tinjauan Pustaka	9
2.1.1	Marketplace.....	9
2.1.2	Permintaan	12
2.1.3	Promosi	16
2.1.4	Penilaian Konsumen	19
2.1.5	Harga.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran	29
2.3.1	Pengaruh antara Promosi terhadap Permintaan barang <i>Fashion</i> melalui <i>Marketplace Official Store</i>	30
2.3.2	Pengaruh antara Penilaian Konsumen terhadap Permintaan barang <i>Fashion</i> melalui <i>Marketplace Official Store</i>	30
2.3.3	Pengaruh antara harga terhadap permintaan barang <i>fashion</i> melalui <i>Marketplace official store</i>	31
2.3.4	Pengaruh antara Promosi dengan Penilaian Konsumen.....	32
2.3.5	Pengaruh antara Promosi dengan Harga	32
3.5.6	Pengaruh antara Harga dengan Penilaian Konsumen	32
2.4	Hipotesis	33
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		35

3.1	Objek Penelitian	35
3.2	Metode Penelitian.....	35
3.2.1	Operasional Variabel.....	36
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3	Model Penelitian.....	43
3.4	Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.4.1	Uji Validitas	45
3.4.2	Uji Reabilitas.....	46
3.4.3	Uji <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	47
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.5.1	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	48
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.3	Uji Hipotesis	49
3.5.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1.	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Deskripsi Data Hasil Penelitian	53

4.1.2	Teknik Analisis Data.....	54
4.1.3	Analisis Deskriptif	58
4.1.4	Uji Hipotesis	65
4.1.5	Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.1.6	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	69
4.1.7	Pengaruh Promosi terhadap Permintaan Barang.....	71
4.1.8	Pengaruh Penilaian Konsumen terhadap Permintaan Barang.....	72
4.1.9	Pengaruh Harga terhadap Permintaan Barang	73
4.1.10	Pengaruh Promosi terhadap Penilaian Konsumen	74
4.1.11	Pengaruh Promosi terhadap Harga.....	75
4.1.12	Pengaruh Harga terhadap Penilaian Konsumen.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	KESIMPULAN	76
5.2	SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN-LAMPIRAN		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Daftar Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian	40
Tabel 3.3 Hubungan jawaban pertanyaan dengan skala likert.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	54
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas.....	55
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.5 Tanggapan Terhadap Variabel Promosi.....	59
Tabel 4.6 Klasifikasi Penilaian Indikator Promosi	60
Tabel 4.7 Tanggapan Terhadap Penilaian Konsumen.....	60
Tabel 4.8 Klasifikasi Penilaian Indikator Penilaian Konsumen.....	61
Tabel 4.9 Tanggapan Terhadap Variabel Penilaian Konsumen.....	62
Tabel 4.10 Klasifikasi Penilaian Indikator Harga	63
Tabel 4.11 Tanggapan Terhadap Variabel Harga	63
Tabel 4.12 Klasifikasi Penilaian Indikator Harga	64
Tabel 4.13 Hasil Uji t Permintaan Barang	65
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	68
Tabel 4.16 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Marketplace dengan pengunjung tinggi	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Struktur model analisis jalur	44
Gambar 4.1 Struktur model <i>Path Analysis</i>	70