



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Asumsi dan Batasan	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
BAB III.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
3.1 Revenue Management	16
3.2 Kuesioner.....	17
3.3 Perilaku Konsumen	18
3.4 Marketplace	19
3.5 Structural Equation Modeling (SEM)	19
3.6 Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM – PLS) ...	21



3.7	Asumsi dalam <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i> (SEM - PLS).....	22
3.8	<i>Sample size</i>	22
3.9	Sub – Model untuk <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i> (SEM – PLS).....	23
3.10	Evaluasi dalam <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i> (SEM - PLS).....	24
BAB IV		28
METODE PENELITIAN		28
4.1	Objek Penelitian	28
4.2	Alat Penelitian	28
4.3	Desain Penelitian	29
4.4	Tahapan Penelitian	35
4.5	Kerangka Penelitian	37
4.6	<i>Expected outcomes</i>	38
BAB V.....		39
HASIL DAN PEMBAHASAN		39
5.1	Pilot Study	39
5.2	Sampel Full Study	40
5.3	Uji Validitas	41
5.4	Uji Reliabilitas.....	42
5.5	Demografi Responden.....	43
5.6	Perancangan Model Struktural dengan SmartPLS 3.0	45
5.7	Evaluasi Model Pengukuran.....	46
5.8	Perbaikan Model.....	53
5.9	Evaluasi Model Struktural (inner model).....	59
5.10	Analisis Hasil	65
BAB VI.....		68
PENUTUP.....		68
6.1	Kesimpulan.....	68
6.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN.....		77