

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Praktis	7
1.4.2 Kegunaan Akademis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Fungsi Pemasaran	9
2.1.4 Konsep Pemasaran	9
2.2 Jasa	10

2.2.1	Pengertian Jasa	10
2.2.2	Karakteristik Jasa.....	11
2.3	Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	11
2.3.1	Pengertian Pemasaran Digital	11
2.3.2	Dampak Pemasaran Digital	11
2.4	Perilaku Konsumen.....	13
2.4.1	Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.4.2	Model Perilaku Konsumen.....	13
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.5	Keputusan Pembelian	19
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.5.2	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.5.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.6	Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Penelitian	23
2.6.1	Penelitian Sebelumnya.....	23
2.6.2	Kerangka Penelitian	27
BAB III.....		28
METODE PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	28
3.2.1	Objek Penelitian.....	28
3.2.2	Unit Analisis	28
3.2.3	Lokasi Penelitian.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	28
3.3.1	Jenis Data Penelitian.....	28
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	28
3.4	Operasional Variabel	29
3.5	Metode Penarikan Sampel.....	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data	33
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.7.3	Statistik Deskriptif	37
3.7.4	Tabulasi.....	38

BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah ShopeeFood	39
4.2 Profil Responden	40
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur	40
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	41
4.3 Hasil dan Pembahasan Analisis Deskriptif	41
4.3.1 Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen.....	41
4.3.2 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	60
4.4 Hasil dan Pembahasan Analisis Tabulasi	68
4.4.1 Analisis Tabulasi Perilaku Konsumen	68
4.4.2 Analisis Tabulasi Keputusan Pembelian.....	73
BAB V.....	75
SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	79
LAMPIRAN.....	80