

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	18
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2. Rumusan Masalah	19
1.3. Tujuan Penelitian.....	19
1.4. Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1. Manfaat Teoris.....	19
1.4.2. Manfaat Praktis	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	21
2.1. Kajian Pustaka	21
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen (Grand Theory)	21
2.1.2. Manajemen Pemasaran (Middle Theory)	27
2.1.3. Kajian Variabel yang Diteliti (Applied Theory).....	33
2.1.4. Penelitian Terdahulu yang Relevan	39
2.2. Kerangka Pemikiran	44
2.3. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Metode Penelitian yang Digunakan	51
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	52
3.2.1. Definisi Variabel.....	52
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	54

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
3.3.1. Populasi	55
3.3.2. Sampel	56
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1. Sumber Data	58
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	59
3.5. Teknik Analisis Data	60
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian.....	76
3.6.1 Tempat Penelitian	76
3.6.2 Waktu Penelitian.....	77
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1. Hasil Penelitian.....	78
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.1.2. Karakteristik Responden.....	85
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti	90
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	145
4.2. Pembahasan	168
4.2.1. Pengaruh Sistem Pembayaran Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Gloomie Sunday di Shopee.....	168
4.2.2. Pengaruh Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Gloomie Sunday di Shopee	171
4.2.3. Pengaruh Sistem Pembayaran Cash On Delivery dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Toko Gloomie Sunday di Shopee	173
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	177
5.1. Simpulan.....	177
5.2. Saran.....	179
DAFTAR PUSTAKA.....	181
LAMPIRAN-LAMPIRAN	187