

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	15
2.1.1.1 Definisi Manajemen	15
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	16
2.1.1.3 Unsur-unsur Manajemen	18
2.1.1.4 Asas-Asas Manajemen	19
2.1.1.5 Tingkat iii jemen	20

2.1.2	Manajemen Pemasaran	20
2.1.2.1	Pengertian Pemasaran	20
2.1.2.2	Konsep Inti Pemasaran.....	21
2.1.2.3	Definisi Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.4	Tujuan Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.5	Fungsi Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.6	Lingkup Pemasaran	25
2.1.2.7	<i>E-commerce</i>	26
2.1.2.8	Pengertian <i>E-commerce</i>	26
2.1.2.9	Komponen <i>E-Commerce</i>	28
2.1.2.10	Jenis <i>E-Commerce</i>	28
2.1.2.11	Mekanisme Perdagangan di Sistem <i>E-Commerce</i>	29
2.1.2.12	Metode Pembayaran <i>E-Commerce</i>	29
2.1.3	Variabel yang Diteliti	39
2.1.3.1	Kemudahan Bertransaksi.....	30
2.1.3.1.1	Pengertian Kemudahan Bertransaksi	30
2.1.3.1.2	Faktor-faktor Kemudahan bertransaksi	31
2.1.3.1.3	Indikator Kemudahan Bertransaksi	32
2.1.3.2	Pengalaman Belanja	33
2.1.3.2.1	Pengertian Pengalaman Belanja ..	33
2.1.3.2.2	Indikator Pengalaman Belanja.....	35

3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	59
3.5	Teknik Analisis Data.....	61
3.5.1	Analisis Deskriptif	62
3.5.2	Analisis Verifikatif.....	64
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	75
3.6.1	Tempat penelitian	75
3.6.2	Waktu penelitian	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		77
4.1	Hasil Penelitian.....	77
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.1.1.1	Sejarah Toko Vinarian.ID	77
4.1.1.2	Visi dan Misi Toko Vinarian ID	77
4.1.1.3	Struktur Organisasi Toko Vinarian ID	78
4.1.1.4	Job Description.....	78
4.1.2	Karakteristik Responden	80
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	82
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti	83

4.1.3.1	Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Kemudahan bertransaksi di Toko Vinarian. Id.	83
4.1.3.2	Deskripsi hasil penelitian mengenai variabel Pengalaman belanja di toko vinarian.id.	95
4.1.3.3	Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Keputusan Pembelian di Toko Vinarian.id. .	107
4.1.4	Deskripsi Variabel yang Diteliti	121
4.1.4.1	Pengaruh Kemudahan bertransaksi Terhadap Keputusan pembelian pada Toko Vinarian ID	121
4.1.4.2	Pengaruh Pengalaman berbelanja terhadap Keputusan pembelian di Toko Vinarian ID.	126
4.1.4.3	Pengaruh Kemudahan bertransaksi (X_1) dan Pengalaman berbelanja (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y) di Toko Vinarian ID	132
4.2	Pembahasan	142
4.2.1	Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli <i>Online</i> Pada Toko Vinarian.Id.	142
4.2.2	Pengaruh Pengalaman Belanja terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli <i>Online</i> Pada Toko Vinarian.id.	145

4.2.3 Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Pengalaman Belanja terhadap Keputusan Pembelian di situs jual beli <i>online</i> pada toko vinarian.id.....	147
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	152
5.1 Kesimpulan	152
5.2 Saran	153
DAFTAR PUSTAKA	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Online Toko Vinarian. id Pada bulan Januari-Mei 2023.....	4
Tabel 1.2	Hasil Pra-survei Mengenai Keputusan Pembelian Pada toko Vinarian. Id.	5
Tabel 1.3	Hasil Pra-survei Mengenai Kemudahan Bertransaksi Pada toko Vinarian. Id.	8
Tabel 1.4	Hasil Pra-survei Mengenai Pengalaman Belanja <i>Pada toko Vinarian. Id.</i>	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2	Jumlah Populasi Konsumen Vinarian Id. Januari-Mei 2023	57
Tabel 3.2	Pembobotan Nilai Jawaban.....	63
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	65
Tabel 3.4	<i>Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r</i>	68
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi X1 dan X2 Terhadap Y.....	71
Tabel 3.6	Jadwal Penelitian.....	76
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.5	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Toko Vinarian ID	84
Tabel 4.6	e-commerce Toko Vinarian id. mudah untuk diakses oleh konsumen yang membutuhkan.....	84

Tabel 4.7	Konsumen dapat menghubungi toko Vinarian id. secara langsung	85
Tabel 4.8	Konsumen dapat melakukan pemesanan secara cepat di Toko Vinarian id.....	86
Tabel 4.9	Konsumen memperoleh kemudahan dalam mengakses media sosial toko Vinarian id.	87
Tabel 4.10	Kemudahan konsumen dalam memesan barang di toko Vinarian id.	88
Tabel 4.11	Proses pemesanan produk pada e-commerce toko Vinarian id mudah dipelajari.....	87
Tabel 4.12	e-commerce dan media sosial toko Vinarian id mudah dipahami	89
Tabel 4.13	Toko Vinarian ID. Menawarkan Harga Yang Terjangkau Oleh Konsumen	90
Tabel 4.14	Konsumen dapat mengetahui toko Vinarian id. dengan mudah	91
Tabel 4.15	e-commerce dan media sosial toko Vinarian id. mudah digunakan.	91
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai kemudahan bertransaksi pada toko Vinarian id.....	92
Tabel 4.17	Interpretasi Penilaian Mengenai kemudahan bertransaksipada toko Vinarian id.....	94
Tabel 4.18	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Toko Vinarian ID	96

Tabel 4.19	Konsumen merasa puas setelah berbelanja secara online pada Vinarian Id.	96
Tabel 4.20	Konsumen merasa puas karena adanya pilihan pembayaran yang bervariasi pada Vinarian Id.	98
Tabel 4.21	Konsumen merasa puas berbelanja secara online pada Vinarian Id. karena adanya kepastian pengiriman barang yang terpercaya	98
Tabel 4.22	Konsumen merasa senang berbelanja secara online pada Vinarian Id.	99
Tabel 4.23	Konsumen merasa aman berbelanja secara online pada Vinarian Id.	99
Tabel 4.24	Konsumen diberikan pengalaman berbelanja secara online yang menyenangkan pada Vinarian Id.....	100
Tabel 4.25	Konsumen merasa berbelanja di Vinarian Id. lebih personal.	101
Tabel 4.26	Konsumen akan menyampaikan informasi yang positif tentang toko Vinarian Id. kepada orang lain.....	102
Tabel 4.27	Konsumen akan mengajak orang lain untuk berbelanja di toko Vinarian Id.	102
Tabel 4.28	Konsumen merasa senang berbagi pengalaman dengan teman ketika selesai berbelanja di toko Vinarian Id.....	103
Tabel 4.29	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai pengalaman berbelanja di Toko Vinarian ID.	104
Tabel 4.30	Interpretasi Penilaian Mengenai Pengalaman Berbelanja di Toko Vinarian ID.	106

Tabel 4.31 Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Toko Vinarian ID	108
Tabel 4.32 Produk yang disediakan Vinarian id. beragam sesuai kebutuhan konsumen	108
Tabel 4.33 Vinarian id menyediakan pilihan produk dengan harga yang variatif.	109
Tabel 4.34 Produk yang disediakan Vinarian id. memiliki banyak pilihan merk.	110
Tabel 4.35 Merk barang yang dijual oleh Vinarian id. memiliki harga yang cukup terjangkau atau sesuai dengan daya beli konsumen..	110
Tabel 4.36 Vinarian id. menyediakan berbagai pilihan penyalur sesuai kebutuhan konsumen.....	111
Tabel 4.37 Vinarian id. menyediakan pilihan pembelian baik secara offline maupun online.....	112
Tabel 4.38 Vinarian id. tidak memberikan batasan waktu berbelanja bagi konsumen	113
Tabel 4.39 Konsumen dapat berbelanja pagi, siang, sore maupun malam hari di Vinarian id.....	114
Tabel 4.40 Vinarian id. memberikan discount untuk jumlah pembelian tertentu	115
Tabel 4.41 Konsumen tidak dibatasi jumlah pembelian di Vinarian id.	115
Tabel 4.42 Vinarian id. menggunakan digital payment dalam transaksi pembayaran	116
Tabel 4.43 Vinarian id. menyediakan pembayaran dengan metode kredit atau pay letter.....	117

Tabel 4.44 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian di situs jual beli online pada toko vinarian.id ...	118
Tabel 4.45 Interpretasi Penilaian Mengenai keputusan pembelian di situs jual beli online pada toko vinarian.id.	120
Tabel 4.46 Data Variabel Kemudahan bertransaksi (X1) dan Keputusan pembelian (Y)	121
Tabel 4.47 Data Variabel Pengalaman berbelanja (X2) dan Keputusan pembelian (Y)	126
Tabel 4.48 Data Variabel Kemudahan bertransaksi (X1), Pengalaman berbelanja (X2) dan Keputusan pembelian (Y)	132
Tabel 4.49 Rekapitulasi Koefisien Korelasi	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	23
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli (Kotler dan Keller, 2008:184-190)	40
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	51