

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI i

DAFTAR TABELv

DAFTAR GAMBARx

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 13

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 13

1.2.2 Rumusan Masalah..... 14

1.3 Tujuan Penelitian 14

1.4 Manfaat Penelitian..... 14

1.4.1 Manfaat Teoritis 14

1.4.2 Manfaat Praktis 15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS16

2.1 Kajian Pustaka..... 16

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen..... 16

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 16

2.1.1.2 Fungsi Manajemen 18

2.1.1.3 Tujuan Manajemen 19

2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen..... 19

2.1.1.5 Unsur-Unsur Manajemen 20

2.1.2 Manajemen Pemasaran	21
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran.....	23
2.1.2.4 Konsep Inti Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	25
2.1.2.6 Pemasaran Era Industri 4.0.....	27
2.1.2.7 Pemasaran Era Industri 5.0.....	28
2.1.3 Persepsi Konsumen.....	29
2.1.3.1 Pengertian Persepsi.....	29
2.1.3.2 Indikator Persepsi Konsumen.....	31
2.1.4 Motivasi Konsumen.....	31
2.1.4.1 Pengertian Motivasi.....	31
2.1.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen..	33
2.1.4.3 Indikator Motivasi Konsumen.....	35
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	35
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2.1.5.2 Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	38
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	38
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.2.1 Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian....	40
2.2.2 Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian ...	42
2.2.3 Pengaruh Persepsi dan Motivasi konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	43

2.3	Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	46
3.2	Definisi dan Operasional Variabel	49
3.2.1	Definisi Variabel	49
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	50
3.3	Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1	Populasi.....	51
3.3.2	Sampel.....	52
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1	Sumber Data.....	54
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5	Teknik Analisis Data	55
3.5.1	Analisis Deskriptif	55
3.5.2	Analisis Asosiasif.....	58
3.6.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	66
3.6.1	Tempat Penelitian.....	66
3.6.2	Waktu Penelitian	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Hasil Penelitian.....	68
4.1.1	Gambaran Umum Geoff Max Footwear	68
4.1.1.1	Profil Geoff Max Footwear	68
4.1.1.2	Produk Geoff Max Footwear	69
4.1.1.3	Visi dan Misi Geoff Max Footwear	70
4.1.1.4	Struktur Organisasi Geoff Max Footwear Tasikmalaya	71

4.1.2 Karakteristik Responden.....	72
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	74
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Persepsi	74
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Motivasi	88
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian	101
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis.....	115
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	146
5.1 Simpulan.....	146
5.2 Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN.....	148