

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL..... vii

DAFTAR GAMBAR..... vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 10

1.4.1 Manfaat Teoritis 10

1.4.2 Manfaat Praktis 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS 12

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Manajemen..... 132

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 12

2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen 14

2.1.1.3 Fungsi Manajemen	15
2.1.1.4 Tujuan Manajemen	18
2.1.1.5 Level Manajemen	19
2.1.1.6 Level Manajemen	15
2.1.1.7 Bidang Manajemen.....	21
2.1.1.8 Manajemen Modern.....	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.1 Definisi Pemasaran	25
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran	26
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran.....	28
2.1.2.5 Konsep Pemasaran.....	29
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	29
2.1.3 Pengembangan Produk.....	32
2.1.3.1 Pengertian Pengembangan Produk	32
2.1.3.2 Tujuan Pengembangan Produk	33
2.1.3.3 Strategi Pengembangan Produk.....	34
2.1.3.4 Indikator Pengembangan Produk.....	35
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	36
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	36
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	37
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	39

2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	40
2.2 Kerangka Pemikiran	42
2.3 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	45
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	46
3.2.1 Definisi Variabel	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	47
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel	49
3.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.4.1 Sumber Data	51
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Teknik Analisis Data	52
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	56
3.6.1 Tempat Penelitian	56
3.6.2 Waktu Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>Market Share Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2023	4
Tabel 1.2	Jumlah Konsumen Oppo pada Erafone Megastore Tasikmalaya Periode Bulan Juli 2023– Juni 2024.....	6
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Erafone Megastore Tasikmalaya	7
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli	15
Tabel 2.2	Penelitaian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	47
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen Erafone Megastore Tasikmalaya Bulan Juli 2023 – Juni 2024	48
Tabel 3.3	Pembobotan Skor Jawaban.....	52
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	54
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	44
------------	----------------------------	----

