

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	19
1.2.1 Identifikasi Masalah	19
1.2.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.4.1 Manfaat Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Praktis.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	22
2.1 Kajian Pustaka.....	22
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	22
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	22
2.1.1.2 Fungsi – fungsi Manajmen	23
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	25
2.1.1.4 Unsur-unsur manajemen.....	26
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen	27
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	28
2.1.2.2 Fungsi manajemen Pemasaran.....	30
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	31
2.1.2.4 Bauran Pemasaran	32

2.1.2.5 Manajemen Pemasaran Era Industry 4.0 dan society 5.0	33
2.1.2.6 Perilaku Konsumen	35
2.1.3 Layanan Bayar di Tempat.....	36
2.1.3.1 Pengertian Layanan Bayar di Tempat	36
2.1.3.2 Kelebihan dan Kekurangan layanan bayar di tempat (COD)	37
2.1.3.3 Indikator Layanan Bayar di Tempat (COD).....	39
2.1.3.4 Tujuan Layanan Bayar di Tempat (COD)	40
2.1.4 <i>Voucher</i> Gratis Ongkir.....	41
2.1.4.1 Pengertian <i>Voucher</i> Gratis Ongkir	41
2.1.4.2 Indikator Gratis Ongkir	42
2.1.5 Keputusan Pembelian	43
2.1.5.1 Pengertian Keputusan pembelian.....	43
2.1.5.2 Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian	45
2.1.5.3 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	47
2.1.5.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	48
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	49
2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
2.2.1 Pengaruh Layanan Bayar di Tempat (COD) Terhadap Keputusan Pembelian .54	
2.2.2 Pengaruh <i>Voucher</i> Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian	55
2.2.3 Pengaruh Layanan Bayar di Tempat (COD) dan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian	57
2.3 Hipotesis Penelitian.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	61
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	62
3.2.1 Definisi Variabel.....	62
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	63
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	65
3.3.1 Populasi Penelitian	65
3.3.2 Sampel.....	66
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.4.1 Sumber Data.....	68
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.5 Teknik Analisis Data	70
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	70

3.5.2 Analisis Statistik/Verifikatif.....	72
3.5.2.1 Pengaruh Layanan Bayar Di Tempat (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	72
3.5.2.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	72
3.5.2.1.2 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	73
3.5.2.1.3 Uji Koefisien Determinasi	74
3.5.2.1.4 Uji Hipotesis (Uji T).....	75
3.5.2.2 Pengaruh Voucher Gratis Ongkir (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75
3.5.2.2.1 Analisis Regresi Sederhana.....	75
3.5.2.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	76
3.5.2.2.3 Analisis Determinasi.....	77
3.5.2.2.4. Uji T	78
3.5.2.3 Pengaruh Layanan Bayar di Tempat (X1) dan Voucher Gratis Ongkir (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	78
3.5.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	78
3.5.2.3.2 Analisis Koefisien Korelasi berganda	79
3.5.2.3.3 Uji koefisien Determinasi	80
3.5.2.3.4 Penguji Hipotesis (Uji F).....	81
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	82
3.6.1 Tempat Penelitian	82
3.6.2 Waktu Penelitian.....	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Hasil Penelitian	83
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	83
4.1.1.1 Profil Singkat Objek Penelitian	83
4.1.1.2 Visi dan Misi Tiktok	84
4.1.1.3 Struktur Organisasi Tiktok.....	85
4.1.2 Gambaran Umum Screamous Clothing	86
4.1.2.1 Profil Singkat Screamous Clothing.....	86
4.1.2.2 Visi Misi Screamous Clothing	87
4.1.2.3 Struktur Organisasi Screamous Clothing	89
4.1.2.4 Job Deskripsi Screamous Clothing.....	89
4.1.3 Karakteristik Responden	91
4.1.4 Deskripsi Variabel Diteliti	94

4.1.4.1	Hasil Penelitian Tentang Layanan Bayar di Tempat pada Konsumen Screamous Clothing	94
4.1.4.2	Hasil Penelitian Tentang <i>Voucher</i> Gratis Ongkir pada Konsumen Screamous Clothing	101
4.1.4.3	Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian pada Konsumen Screamous Clothing	110
4.1.5	Pengujian Hipotesis	119
4.1.5.1	Pengaruh Layanan Bayar di Tempat (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Screamous Clothing	120
4.1.5.2	Pengaruh <i>Voucher</i> Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Screamous	127
4.1.5.3	Pengaruh Layanan Bayar di Tempat dan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Screamous.....	135
4.2	Pembahasan.....	147
4.2.1	Pengaruh Layanan Bayar di Tempat (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Screamous.....	147
4.2.2	Pengaruh <i>Voucher</i> Gratis Ongkir (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Screamous.....	150
4.2.3	Pengaruh Layanan Bayar di tempat (X1) dan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Screamous	152
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		156
5.1	Simpulan	156
5.2	Saran	157
DAFTAR PUSTAKA		159
LAMPIRAN		164