

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan Masalah	13
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 HIPOTESIS	
.....	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Manajemen	16
2.1.1.2 Pengertian Manajemen	16
2.1.1.3 Fungsi-fungsi Manajemen	18
2.1.1.4 Tujuan Manajemen	19
2.1.1.5 Unsur-unsur Manajemen	20
2.1.1.6 Bidang-bidang Manajemen.....	22
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	23

2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	26
2.1.2.4 Bauran Pemasaran	27
2.1.3 <i>Digital Payment</i>	28
2.1.3.1 Pengertian <i>Digital Payment</i>	28
2.1.3.2 Manfaat Penggunaan <i>Digital Payment</i>	28
2.1.3.3 Indikator <i>Digital Payment</i>	30
2.1.4 Kemudahan Transaksi	31
2.1.4.1 Pengertian Kemudahan Transaksi	31
2.1.4.2 Indikator Kemudahan Transaksi.....	32
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	33
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.1.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	33
2.1.5.3 Tahapan dalam Keputusan Pembelian.....	34
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	35
2.2 Kerangka Pemikiran	38
2.2.1 Pengaruh <i>Digital Payment</i> terhadap Keputusan Pembelian.	38
2.2.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian	39
2.2.3 Pengaruh <i>Digital Payment</i> dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode penelitian yang digunakan	43
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
3.2.1 Definisi Variabel	43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.4.1 Sumber Data	48
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.5.2 Analisis Verifikatif	52
3.5.2.1 Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Keputusan Pembelian	52
3.5.2.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian	54
3.5.2.3 Pengaruh <i>Digital Payment</i> dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian	56
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	61
3.6.1 Tempat Penelitian.....	61
3.6.2 Waktu Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Gambaran Umum Hollow Space Ciamis	62
4.1.1.1 Profil Hollow Space Ciamis	62
4.1.1.2 Visi dan Misi Hollow Space Ciamis.....	64
4.1.1.3 Struktur Organisasi	65
4.1.2 Karakteristik Responden	68
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	71
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian tentang Pengaruh <i>Digital Payment</i> Pada Konsumen Pengguna Qris di Hollow Space Ciamis	73
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian tentang Pengaruh Kemudahan Transaksi Pada Konsumen Pengguna Qris di Hollow Space Ciamis	85
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian tentang Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pengguna Qris di Hollow Space Ciamis	97

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	110
4.1.4.1 Pengaruh <i>Digital Payment</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pengguna Qris di Hollow Space Ciamis	110
4.1.4.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pengguna Qris di Hollow Space Ciamis	116
4.1.4.3 Pengaruh <i>Digital Payment</i> dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pengguna Qris di Hollow Space Ciamis	122
4.2 Pembahasan	131
4.2.1 Pengaruh <i>Digital Payment</i> terhadap Keputusan Pembelian di Hollow Space Ciamis	131
4.2.2 Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian di Hollow Space Ciamis	132
4.2.3 Pengaruh <i>Digital Payment</i> dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian di Hollow Space Ciamis	133
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Simpulan	136
5.2 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	144
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	176