

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAKi

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR xii

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 13

1.4. Manfaat Penelitian..... 14

1.4.1. Manfaat Teoritis 14

1.4.2. Manfaat Praktis 14

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN
HIPOTESIS16**

2.1. Kajian Pustaka 16

2.1.1. Teori Ilmu Manajemen 16

2.1.1.1. Definisi Manajemen..... 16

2.1.1.2. Unsur-Unsur Manajemen..... 17

2.1.1.3. Fungsi Manajemen..... 19

2.1.2. Manajemen Pemasaran..... 20

2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran 20

2.1.2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran 21

2.1.2.3. Tujuan Manajemen Pemasaran 23

2.1.2.4. Digital Marketing..... 24

2.1.2.5. Perilaku Konsumen 26

2.1.3. *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) 29

2.1.3.1	Definisi <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	29
2.1.3.2	Faktor-Faktor <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.1.3.3	Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.1.4.	Minat Beli Ulang	32
2.1.4.1.	Pengertian Minat Beli Ulang	32
2.1.4.2.	Faktor-Faktor Minat Beli Ulang	33
2.1.4.3.	Indikator Minat Beli Ulang	34
2.1.5.	Penelitian Terdahulu	35
2.2.	Kerangka Pemikiran	37
2.3.	Hipotesis Penelitian	40
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1.	Metode Penelitian yang digunakan.....	42
3.2.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2.1.	Definisi Variabel.....	43
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel	44
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.3.1.	Populasi	46
3.3.2.	Sampel	47
3.4.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1.	Sumber Data	49
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.	Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	52
3.5.2.	Analisis Verifikatif	54
3.6.	Tempat dan Waktu Penelitian	59
3.6.1.	Tempat Penelitian	59
3.6.2.	Waktu Penelitian.....	59
BAB IV	PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1.	Hasil Penelitian.....	60
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1.1.	Profil Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	60

4.1.1.2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	62
4.1.1.3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	64
4.1.1.4. <i>Job Description</i> Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. 65	
4.1.2. Karakteristik Responden	67
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti	70
4.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai <i>Customer Satisfaction</i> Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun 2022.....	70
4.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Minat Beli Ulang Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun 2022	83
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	99
4.1.4.1. Hasil Penelitian tentang Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun 2022	99
4.2. Pembahasan	110
4.2.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Tahun 2022.....	110
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	113
5.1. Simpulan.....	113
5.2. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN	