

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
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	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	16
2.1.1.1 Pengertian Ilmu Manajemen.....	16
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	17
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	18
2.1.1.4 Unsur Unsur Manajemen	19
2.1.1.5 Peran Manajemen	20
2.1.2 Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.5 Konsep Pemasaran Digital (E-marketing)	25
2.1.2.6 Perilaku Konsumen.....	26
2.1.3 Persepsi Harga.....	27
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Harga	27
2.1.3.2 Dimensi Persepsi Harga.....	28
2.1.3.3 Indikator Persepsi Harga.....	29
2.1.4 Kualitas Pelayanan	30
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	30
2.1.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.1.4.3 Manfaat Kualitas Pelayanan	33
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	35
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.5.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	36

2.1.5.3 Manfaat Loyalitas Pelanggan	37
2.1.5.4 Tahapan Loyalitas.....	38
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.2.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	43
2.2.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	44
2.3 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	49
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	50
3.2.1 Definisi Variabel	50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	51
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel.....	53
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1 Sumber Data	56
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5 Teknik Analisis Data	59
3.5.1 Pengaruh Persepsi Harga (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	59
3.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	62
3.5.3 Pengaruh Persepsi Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	65
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	68
3.6.1 Tempat Penelitian.....	68
3.6.2 Waktu Penelitian	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.1.1.1 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	70
4.1.1.2 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi	71
4.1.1.3 Stuktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis	73
4.1.1.4 Profil TikTok Shop	75
4.1.1.5 Visi dan Misi TikTok Shop	81
4.1.2 Karakteristik Responden	87
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti.....	90
4.1.3.1 Deskripsi Tentang Variabel Persepsi Harga pada Produk Fashion di TikTok Shop.....	90

4.1.3.2 Deskripsi Tentang Variabel Kualitas Pelayanan pada Produk Fashion di TikTok Shop	105
4.1.3.3 Deskripsi Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan pada Produk Fashion di TikTok Shop	119
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis	134
4.1.4.1 Pengaruh Persepsi Harga (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk Fashion di TikTok Shop	134
4.1.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk Fashion di TikTok Shop	139
4.1.4.3 Pengaruh Persepsi Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk Fashion di TikTok Shop.....	145
4.2 Pembahasan	153
4.2.1 Pengaruh Persepsi Harga (X_1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk <i>Fashion</i> di TikTok <i>Shop</i>	153
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk <i>Fashion</i> di TikTok <i>Shop</i>	156
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk <i>Fashion</i> di TikTok <i>Shop</i>	156
4.2.3 Pengaruh Persepsi Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Produk <i>Fashion</i> di TikTok <i>Shop</i>	159
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	164
5.1 Simpulan.....	164
5.2 Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN	171
RIWAYAT HIDUP	