

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.1 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.4.1 Manfaat Teoritis	20
1.4.2 Manfaat Praktis	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	21
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	21
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen.....	22
2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	25
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-nilai Manajemen.....	25
2.1.1.5 Unsur-unsur Manajemen.....	28

2.1.1.6	Peranan Manajemen	30
2.1.1.7	Level Manajemen	32
2.1.1.8	Bidang-bidang Manajemen	33
2.1.1.9	Manajemen Modern	34
2.1.2	Manajemen Pemasaran	37
2.1.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	37
2.1.2.2	Fungsi Pemasaran	38
2.1.2.3	Tujuan Manajemen Pemasaran	39
2.1.2.4	Bauran Pemasaran (7P)	40
2.1.2.5	Ruang Lingkup Pemasaran	43
2.1.2.6	Masalah-masalah dalam Pemasaran	44
2.1.2.7	Strategi Pemasaran	45
2.1.2.8	Pemasaran <i>Digital</i>	46
2.1.2.9	Pemasaran Era Industri 4.0 dan <i>Society</i> 5.0.	47
2.1.3	<i>Shopee Live</i>	51
2.1.3.1	Pengertian <i>Shopee Live</i>	51
2.1.3.2	Faktor <i>Shopee Live</i>	52
2.1.3.3	Keuntungan <i>Shopee Live</i>	53
2.1.3.4	Strategi <i>Shopee Live</i>	54
2.1.3.5	Manfaat <i>Shopee Live</i>	56
2.1.3.6	Indikator <i>Shopee Live</i>	56
2.1.4	Potongan Harga	58
2.1.4.1	Pengertian Potongan Harga	58
2.1.4.2	Jenis-jenis Potongan Harga	60
2.1.4.3	Tujuan Potongan Harga	60
2.1.4.4	Faktor yang Mempengaruhi Potongan Harga	61
2.1.4.5	Keuntungan Potongan Harga	62
2.1.4.6	Strategi Potongan Harga	62
2.1.4.7	Indikator Potongan Harga	63
2.1.5	Keputusan Pembelian	65
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	65
2.1.5.2	Proses Pengambilan Keputusan	66
2.1.5.3	Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian... ..	67

2.1.5.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Keputusan Pembelian.....	68
2.1.5.5	Komponen Struktur Keputusan Pembelian..	70
2.1.5.6	Indikator Keputusan Pembelian.....	71
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	72
2.2	Kerangka Pemikiran	74
2.2.1	Pengaruh <i>Shopee Live</i> terhadap Keputusan Pembelian	75
2.2.2	Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian	76
2.2.3	Pengaruh <i>Shopee Live</i> dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
2.3	Hipotesis Penelitian	81

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	82
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	83
3.2.1	Definisi Variabel	83
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	85
3.3	Populasi dan Sampel.....	87
3.3.1	Populasi	87
3.3.2	Sampel.....	87
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	90
3.4.1	Sumber Data	90
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	91
3.5	Teknik Analisis Data	92
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	93
3.5.2	Analisis Asosiatif/Verifikatif	95
3.5.2.1	Pengaruh <i>Shopee Live</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	95
3.5.2.2	Pengaruh Potongan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	99
3.5.2.3	Pengaruh <i>Shopee Live</i> (X_1) dan Potongan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	103
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	106

3.6.1 Tempat Penelitian.....	106
3.6.2 Waktu Penelitian	107

BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	108
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	108
4.1.1.1 Profil Ms Glow.....	108
4.1.1.2 Profil Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	111
4.1.2 Karakteristik Responden	117
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	123
4.1.3.1 Deskripsi Variabel <i>Shopee Live</i> pada Produk <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	124
4.1.3.2 Deskripsi Variabel Potongan Harga pada Produk <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	136
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian pada Produk <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	148
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	171
4.1.4.1 Pengaruh <i>Shopee Live</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	171
4.1.4.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	181
4.1.4.3 Pengaruh <i>Shopee Live</i> dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	190
4.2 Pembahasan	202
4.2.1 Pengaruh <i>Shopee Live</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	203
4.2.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Skincare</i> Ms Glow di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	205

4.2.3 Pengaruh <i>Shopee Live</i> dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Skincare Ms Glow</i> di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	207
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	210
5.2 Saran	211
DAFTAR PUSTAKA	213
LAMPIRAN-LAMPIRAN	219
RIWAYAT HIDUP	263