

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	9
2.1.1.1 Unsur-unsur Dalam Manajemen	9
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	11
2.1.1.3 Peranan Manajemen.....	12
2.1.1.4 Tujuan Manajemen.....	13
2.1.1.5 Bidang Manajemen	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2.1 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	17
2.1.3 Kajian Variabel Yang Diteliti	17

2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan	17
2.1.3.2 Dimensi Kepercayaan	18
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan	19
2.1.3.4 Pengertian Kualitas Produk	19
2.1.3.5 Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.3.6 Indikator Kualitas Produk	21
2.1.3.7 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.1.3.8 Komponen-Komponen Keputusan Pembelian	22
2.1.3.9 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	23
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	33
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	34
3.2.1 Definisi Variabel.....	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Sumber Data	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	42
3.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	45
3.5.3 Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	47

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	50
3.6.1 Tempat Penelitian	50
3.6.2 Waktu Penelitian.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	52
4.1.1.1 Profil Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	52
4.1.1.2 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	53
4.1.1.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh	54
4.1.2 Karakteristik Responden.....	56
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	57
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti	58
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang Kepercayaan Mahasiswa Manajemen Pengguna Marketplace Lazada	58
4.1.3.2 Hasil Penelitian Tentang Kualitas Produk Marketplace Lazada Pada Mahasiswa Manajemen	64
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Marketplace Lazada.....	71
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	80
4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Marketplace Lazada.....	80
4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Marketplace Lazada.....	86
4.1.4.3 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Marketplace Lazada	91
4.2 Pembahasan.....	101
4.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Lazada.....	101

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Lazada.....	103
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Lazada	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Simpulan.....	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	112
RIWAYAT HIDUP	118