

## DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK ..... i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL ..... vii

DAFTAR GAMBAR ..... xii

DAFTAR LAMPIRAN ..... xiii

**BAB I PENDAHULUAN**..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 10

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 10

1.2.2 Rumusan Masalah.....11

1.3 Tujuan Penelitian.....11

1.4 Manfaat Penelitian..... 12

1.4.1 Manfaat Teoritis ..... 12

1.4.2 Manfaat Praktis ..... 12

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

**HIPOTESIS** ..... 14

2.1 Kajian Pustaka..... 14

2.1.1 Manajemen ..... 14

2.1.2 Manajemen Pemasaran ..... 20

2.1.3 Kemudahan Berbelanja..... 31

2.1.4 Citra Merek (*Brand Image*) ..... 35

2.1.5 Keputusan Pembelian ..... 41

2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan ..... 46

2.2 Kerangka Pemikiran ..... 51

2.2.1 Pengaruh Kemudahan Berbelanja (X1) Terhadap Keputusan  
Pembelian (Y) ..... 51

2.2.2 Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	53
2.2.3 Pengaruh Kemudahan berbelanja (X1) dan Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	53
2.3 Hipotesis penelitian .....	56
<b><u>BAB III METODE PENELITIAN</u></b> .....	<b>58</b>
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	58
3.2 Definisi dan Operasional variabel .....	59
3.2.1 Definisi Variabel .....	59
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	60
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	61
3.3.1 Populasi.....	61
3.3.2 Sampel .....	62
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	64
3.4.1 Sumber Data .....	64
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5 Teknis Analisis Data.....	67
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	67
3.5.2 Analisis verifikatif .....	69
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	78
3.6.1 Tempat Penelitian .....	78
3.6.2 Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b><u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u></b> .....	<b>80</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	80
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	80
4.1.2 Karakteristik Responden.....	86
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti .....	86
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	133
4.2 Pembahasan .....	135
4.2.1 Pengaruh Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen <i>Online Shop</i> Tahu Bulat Macakal di Shopee.....	155

4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen <i>Online Shop</i> Tahu Bulat Macakal di Shopee.....	157
4.2.3 Pengaruh Kemudahan Berbelanja dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen <i>Online Shop</i> Tahu Bulat Macakal di Shopee .....	159
<b><u>BAB V</u> SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>161</b>
5.1 Simpulan.....	161
5.2 Saran .....	162
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	