

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Manajemen	11
2.1.1 Pengertian Manajemen	11
2.1.2 Kajian Teori Manajemen.....	12

2.1.2.1 Fungsi Manajemen	12
2.1.2.2 Unsur-Unsur Manajemen	13
2.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.2 Kajian Teori Manajemen Pemasaran	15
2.2.2.1 Konsep Inti Pemasaran.....	15
2.3 Citra Layanan	17
2.3.1 Pengertian Citra Layanan	17
2.3.1.1 Pengertian Citra.....	17
2.3.1.2 Pengertian Layanan	18
2.3.1.3 Pengertian Citra Layanan	19
2.3.2 Kajian Teori Citra Layanan	19
2.3.2.1 Manfaat Pelayanan	19
2.3.3 Dimensi Citra Layanan.....	20
2.4 Preferensi Konsumen	21
2.4.1 Pengertian Preferensi Konsumen	21
2.4.2 Kajian Teori Preferensi Konsumen	22
2.4.2.1 Model Preferensi Konsumen.....	22
2.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian	22
2.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.5.2 Kajian Teori Keputusan Pembelian.....	24
2.5.2.1 Model Keputusan Pembelian	24
2.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	25
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
2.7 Kerangka Pemikiran.....	29
2.8 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.1.1 Pendekatan.....	33

3.1.2	Metode Penelitian.....	33
3.1.3	Tingkat Ekplanasisnya	33
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.2.2	Waktu Penelitian	36
3.3	Operasional Variabel.....	36
3.3.1	Definisi Konseptual.....	36
3.4	Definisi Operasional.....	37
3.4.1	Alat Ukur.....	38
3.4.2	Skala Pengukuran.....	39
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	42
3.5.1	Populasi Penelitian.....	42
3.5.2	Sampel Penelitian.....	42
3.5.3	Teknik Sampling.....	43
3.6	Pengumpulan Data Penelitian.....	44
3.6.1	Sumber Data Penelitian.....	44
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.3	Instrumen Penelitian.....	46
3.6.3.1	Uji Validitas	46
3.6.3.2	Uji Realibilitas.....	47
3.6.3.3	Uji Normalitas	47
3.7	Analisis Data	48
3.7.1	Rancangan Analisis	48
3.7.1.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.7.1.2	Analisis Verifikatif.....	49
3.7.2	Uji Hipotesis.....	53
3.7.2.1	Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.7.2.2	Uji Parsial (Uji T).....	53
3.7.2.3	Uji Simultan (Uji F)	54
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	55

4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Profil Lokus Penelitian.....	55
4.1.2 Karakteristik Responden	57
4.1.3 Hasil Pengujian Keabsahan Data	59
4.1.3.1 Uji Validitas	59
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.1.3.3 Uji Normalitas	66
4.1.4 Analisis Deskriptif	67
4.1.4.1 Citra Layanan	67
4.1.4.2 Preferensi Konsumen	88
4.1.4.3 Keputusan Pembelian	110
4.1.5 Analisis Verifikatif, Uji Model, dan Uji Hipotesis	131
4.1.5.1 Analisis Korelasi	131
4.1.5.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	132
4.1.5.3 Analisis Koefisien Determinasi	137
4.1.5.4 Pengujian Hipotesis	138
4.2 Pembahasan Penelitian	143
4.2.1 Pembahasan Deskriptif	143
4.2.2 Pembahasan Verifikatif	146
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	150
5.1 Kesimpulan	150
5.2 Saran	151
DAFTAR PUSTAKA	153
RIWAYAT HIDUP	188

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>Marketplace</i> di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Perkembangan Shopee di Indonesia	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	36
Tabel 3.2 Pembobotan Masing-Masing Option	39
Tabel 3.3 Operasional Variabel	40
Tabel 3.4 Hasil Pra Survei Penelitian	42
Tabel 3.5 Perhitungan Sampling.....	44
Tabel 3.6 Rentang Skala	49
Tabel 3.7 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah	58
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Layanan (X_1).....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Preferensi Konsumen (X_2).....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.9 Analisis Reliabilitas Citra Layanan (X_1).....	63
Tabel 4.10 Analisis Reliabilitas Preferensi Konsumen (X_2).....	64
Tabel 4.11 Analisis Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13 Respon Mengenai Kualitas Layanan.....	67
Tabel 4.14 Respon Mengenai Layanan Transaksi	69
Tabel 4.15 Respon Mengenai Kemudahan Penggunaan.....	70
Tabel 4.16 Respon Mengenai Harapan Konsumen.....	72

Tabel 4.17 Respon Mengenai Kesesuaian Produk	73
Tabel 4.18 Respon Mengenai Waktu Pengiriman	75
Tabel 4.19 Respon Mengenai Waktu Pemesanan	76
Tabel 4.20 Respon Mengenai Keakuratan	77
Tabel 4.21 Respon Mengenai Kesiediaan Membantu.....	79
Tabel 4.22 Respon Mengenai Responsif.....	80
Tabel 4.23 Respon Mengenai Informasi	81
Tabel 4.24 Respon Mengenai Refund Dana	83
Tabel 4.25 Respon Mengenai Refund Produk	84
Tabel 4.26 Respon Mengenai Kesopanan.....	85
Tabel 4.27 Rekapitulasi Variabel Citra Layanan (X1)	87
Tabel 4.28 Respon Mengenai Pilihan Merek/Produk	88
Tabel 4.29 Respon Mengenai Kualitas Produk.....	90
Tabel 4.30 Respon Mengenai Variasi Harga	91
Tabel 4.31 Respon Mengenai Manfaat Produk.....	92
Tabel 4.32 Respon Mengenai Kegunaan Produk.....	94
Tabel 4.33 Respon Mengenai Daya Saing Harga	95
Tabel 4.34 Respon Mengenai Kepuasan.....	96
Tabel 4.35 Respon Mengenai Keterjangkauan Harga.....	98
Tabel 4.36 Respon Kesesuaian Harga dengan Kualitas.....	99
Tabel 4.37 Respon Kesesuaian Harga dengan Manfaat.....	101
Tabel 4.38 Respon Mengenai Tingkat Kesukaan	102
Tabel 4.39 Respon Mengenai Rekomendasi Produk	103
Tabel 4.40 Respon Mengenai Saran Teman	105
Tabel 4.41 Respon Mengenai Minat Membeli.....	106
Tabel 4.42 Respon Mengenai Keyakinan Membeli.....	107
Tabel 4.43 Rekapitulasi Variabel Preferensi Konsumen (X2).....	109
Tabel 4.44 Respon Mengenai Kecocokan Produk	110
Tabel 4.45 Respon Mengenai Kepentingan	111
Tabel 4.46 Respon Mengenai Harga.....	112

Tabel 4.47 Respon Mengenai Kualitas Merek.....	114
Tabel 4.48 Respon Mengenai Persepsi Harga.....	115
Tabel 4.49 Respon Mengenai Ketersediaan Produk	116
Tabel 4.50 Respon Mengenai Kenyamanan.....	118
Tabel 4.51 Respon Mengenai Kepercayaan Pengguna	119
Tabel 4.52 Respon Mengenai Lokasi Pengiriman	120
Tabel 4.53 Respon Mengenai Setiap Hari.....	121
Tabel 4.54 Respon Mengenai Sesuai Kebutuhan.....	123
Tabel 4.55 Respon Membeli Produk Sama dengan Jumlah Banyak	124
Tabel 4.56 Respon Mengenai Pertimbangan	125
Tabel 4.57 Respon Mengenai Fasilitas Pembayaran.....	127
Tabel 4.58 Respon Mengenai Jangka Waktu (<i>PayLater</i>)	128
Tabel 4.59 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	129
Tabel 4.60 <i>Correlations</i> X1 dan X2.....	131
Tabel 4.61 <i>Coefficients</i>	132
Tabel 4.62 <i>Correlations</i>	135
Tabel 4.63 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X1 Terhadap Y	136
Tabel 4.64 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X2 Terhadap Y	136
Tabel 4.65 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X1 dan X2 Terhadap Y	137
Tabel 4.66 Koefisien Determinasi (R^2).....	137
Tabel 4.67 Pengujian Pengaruh Parsial X1 Terhadap Y	140
Tabel 4.68 Pengujian Pengaruh Parsial X2 Terhadap Y	141
Tabel 4.69 Perhitungan Nilai F	142
Tabel 4.70 Pengujian Simultan X1 dan X2 Terhadap Y.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Produk Paling Populer dan Banyak Dicari Konsumen	2
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	31
Gambar 3.1 Desain Penelitian	34
Gambar 3.2 <i>Bar Scale</i>	49
Gambar 3.3 Analisis Jalur	51
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	56
Gambar 4.2 <i>Bar Scale</i> Kualitas Layanan	68
Gambar 4.3 <i>Bar Scale</i> Layanan Transaksi.....	69
Gambar 4.4 <i>Bar Scale</i> Kemudahan Penggunaan	71
Gambar 4.5 <i>Bar Scale</i> Memenuhi Harapan Konsumen	72
Gambar 4.6 <i>Bar Scale</i> Kesesuaian Produk	74
Gambar 4.7 <i>Bar Scale</i> Waktu Pengiriman.....	75
Gambar 4.8 <i>Bar Scale</i> Waktu Pengemasan.....	77
Gambar 4.9 <i>Bar Scale</i> Keakuratan.....	78
Gambar 4.10 <i>Bar Scale</i> Ketersediaan Membantu	79
Gambar 4.11 <i>Bar Scale</i> Responsif	81
Gambar 4.12 <i>Bar Scale</i> Informasi.....	82
Gambar 4.13 <i>Bar Scale</i> Refund Dana	83
Gambar 4.14 <i>Bar Scale</i> Refund Produk	85
Gambar 4.15 <i>Bar Scale</i> Kesopanan	86
Gambar 4.16 <i>Bar Scale</i> Rekapitulasi Variabel Citra Layanan.....	87
Gambar 4.17 <i>Bar Scale</i> Pilihan Merek/Produk.....	89
Gambar 4.18 <i>Bar Scale</i> Kualitas Produk	90
Gambar 4.19 <i>Bar Scale</i> Variasi Harga	92
Gambar 4.20 <i>Bar Scale</i> Manfaat Produk	93
Gambar 4.21 <i>Bar Scale</i> Kegunaan Produk	94
Gambar 4.22 <i>Bar Scale</i> Daya Saing Harga.....	96

Gambar 4.23 <i>Bar Scale</i> Kepuasan	97
Gambar 4.24 <i>Bar Scale</i> Keterjangkauan Harga	98
Gambar 4.25 <i>Bar Scale</i> Kesesuaian Harga dengan Kualitas	100
Gambar 4.26 <i>Bar Scale</i> Keseuaian Harga dengan Manfaat	101
Gambar 4.27 <i>Bar Scale</i> Tingkat Kesukaan	103
Gambar 4.28 <i>Bar Scale</i> Rekomendasi Produk	104
Gambar 4.29 <i>Bar Scale</i> Saran Teman	105
Gambar 4.30 <i>Bar Scale</i> Minat Membeli	107
Gambar 4.31 <i>Bar Scale</i> Keyakinan Membeli	108
Gambar 4.32 <i>Bar Scale</i> Rekapitulasi Variabel Preferensi Konsumen	109
Gambar 4.33 <i>Bar Scale</i> Kecocokan Produk	110
Gambar 4.34 <i>Bar Scale</i> Kepentingan	112
Gambar 4.35 <i>Bar Scale</i> Harga	113
Gambar 4.36 <i>Bar Scale</i> Kualitas Merek	114
Gambar 4.37 <i>Bar Scale</i> Persepsi Harga	116
Gambar 4.38 <i>Bar Scale</i> Ketersediaan Produk	117
Gambar 4.39 <i>Bar Scale</i> Kenyamanan	118
Gambar 4.40 <i>Bar Scale</i> Kepercayaan Pengguna	120
Gambar 4.41 <i>Bar Scale</i> Lokasi Pengiriman	121
Gambar 4.42 <i>Bar Scale</i> Setiap Hari	122
Gambar 4.43 <i>Bar Scale</i> Sesuai Kebutuhan	123
Gambar 4.44 <i>Bar Scale</i> Membeli Produk Sama dengan Jumlah Banyak	125
Gambar 4.45 <i>Bar Scale</i> Pertimbangan	126
Gambar 4.46 <i>Bar Scale</i> Fasilitas Pembayaran	127
Gambar 4.47 <i>Bar Scale</i> Jangka Waktu (<i>PayLater</i>)	129
Gambar 4.48 <i>Bar Scale</i> Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	130
Gambar 4.49 Hubungan antara Citra Layanan dan Preferensi Konsumen	131
Gambar 4.50 Koefisien jalur Citra Layanan dan Keputusan Pembelian	133
Gambar 4.51 Koefisien jalur Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian	134
Gambar 4.52 Analisis Jalur X1, X2, dan Y	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	158
Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner.....	164
Lampiran 3 Uji Validitas.....	172
Lampiran 4 Realibilitas	182
Lampran 5 Uji Normalitas	184
Lampiran 6 Analisis Jalur	185
Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Pengecekan Turnitin.....	187



