

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Akademis	9
2. Manfaat Praktis.....	9
G. Jadwal Penelitian	9
H. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Konsep Dan Teori	12
1. Manajemen	12
2. Manajemen Pemasaran	18
3. Kualitas Pelayanan	23
4. <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	28
5. Keputusan Pembelian	32
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Berpikir	41
D. Hipotesis	45

BAB III.....	46
METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Jenis dan Sumber Data	46
1. Jenis Data.....	46
2. Sumber Data	47
C. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi	48
2. Sampel	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Variabel Penelitian	51
F. Operasional Variabel Penelitian.....	52
G. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum	58
1. Sejarah/Profil Lazada	58
2. Struktur Organisasi Lazada	58
3. Visi dan Misi Lazada	62
4. Kategori Produk di Lazada	63
B. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	63
1. Profil Responden	64
2. Deskripsi Hasil Penelitian	65
3. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	74
4. Hasil Uji Instrumen Data Penelitian	75
5. Analisa Regresi Linear Berganda.....	79
6. Uji Hipotesis	82
7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di <i>Marketplace</i> Lazada pada mahasiswa Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021	87

2. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di <i>Marketplace</i> Lazada pada mahasiswa Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021	89
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan <i>Word Of Mouth</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di <i>Marketplace</i> Lazada pada mahasiswa Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021	91
BAB V	93
PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Keterbatasan Penelitian	94
C. Saran	95
1. Bagi Perusahaan	95
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	10
Tabel 2. 1.....	37
Tabel 3. 1.....	51
Tabel 3. 2.....	52
Tabel 4. 1.....	64
Tabel 4. 2.....	65
Tabel 4. 3.....	66
Tabel 4. 4.....	67
Tabel 4. 5.....	69
Tabel 4. 6.....	72
Tabel 4. 7.....	74
Tabel 4. 8.....	76
Tabel 4. 9.....	78
Tabel 4. 10.....	78
Tabel 4. 11.....	80
Tabel 4. 12.....	82
Tabel 4. 13.....	84
Tabel 4. 14.....	85
Tabel 4. 15.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	2
Gambar 1. 2.....	3
Gambar 2. 1.....	44
Gambar 4. 1.....	59
Gambar 4. 2.....	68
Gambar 4. 3.....	71
Gambar 4. 4.....	73

