

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	4
1.4.2. Kegunaan Praktis	4
1.5. Batasan Masalah.....	5
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pemasaran	7
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4. <i>Online Marketing</i>	9
2.1.5. <i>E-commerce</i>	10
2.1.6. Shopee	10
2.2. Penelitian Terdahulu.....	11
2.3. Kerangka Penelitian.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1. Pendekatan Penelitian.....	14

3.2.	Jenis Penelitian	14
3.3.	Variabel operasional.....	15
3.4.	Tahapan Penelitian	16
3.5.	Populasi & Sampel	17
3.5.1.	Populasi.....	17
3.5.2.	Sampel.....	17
3.6.	Informan Penelitian	18
3.6.1.	Informan Utama	18
3.6.2.	Informan pendukung.....	19
3.7.	Pengumpulan Data.....	19
3.7.1.	Pengumpulan Data dengan Wawancara (<i>Interview</i>).....	20
3.7.2.	Pengumpulan Data dengan Observasi.....	21
3.7.3.	Pengumpulan Data dengan Dokumentasi	22
3.8.	Kisi-Kisi Wawancara.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
4.1.	Perancangan Shopee.....	24
4.1.1.	Wawancara untuk Perancangan	24
4.1.2.	Observasi dan dokumentasi untuk perancangan	28
4.2.	Implementasi Shopee.....	29
4.2.1.	Implementasi Strategi Pemasaran	30
4.2.2.	Implementasi Kualitas Produk	31
4.2.3.	Implementasi Harga Produk.....	32
4.2.4.	Implementasi kualitas pelayanan	34
4.2.5.	Implementasi Minat Beli.....	36
4.2.6.	Implementasi kepercayaan konsumen.....	36
4.3.	Evaluasi Shopee.....	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		40
5.1.	Kesimpulan.....	40
5.2.	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA		41