

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil PT K-24 Cikijing .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.1.3 Logo dan Makna Logo .....	2
1.1.4 Produk/ layanan .....	3
1.2 Latar Belakang .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.6 Batasan Masalah.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 <i>E-Commerce</i> .....	17
2.1.4 Preferensi Konsumen.....	17
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Konsep .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	28
3.2 Jenis Penelitian.....	28

3.3 Operasional Variabel.....	28
3.4 Tahapan Penelitian .....	30
3.5 Populasi dan Sampel .....	31
3.6 Pengumpulan Data .....	31
3.6.1 Informasi atau Sumber Data Penelitian .....	31
3.6.2 Instrumen Penelitian .....	31
3.6.3 Teknik Penelitian .....	32
3.7 Uji Keabsahan Data.....	32
3.8 Teknik Analisa Data.....	33
3.8.1 Estimasi Rata-Rata Skor .....	34
3.8.2 Penentuan Skor Ideal .....	34
3.8.3 Kategori Interpretasi .....	34
3.8.4 Interpretasi Hasil.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	35
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	35
4.1.2 Pekerjaan Responden.....	35
4.1.3 Usia Responden .....	36
4.1.4 Pendapatan Responden .....	37
4.2 Analisis Estimasi Rata-Rata Skor Preferensi Konsumen.....	38
4.2.1 Kepraktisan Proses Pembelian.....	39
4.2.2 Keamanan .....	40
4.2.3 Kualitas Layanan .....	41
4.2.4 Kenyamanan .....	42
4.2.5 Kepercayaan Konsumen .....	43
4.3 Penentuan Skor Ideal Preferensi Konsumen .....	44
4.3.1 Kepraktisan Proses Pembelian hingga Kepercayaan Konsumen.....	45
4.3.2 Kategori Interpretasi Skor Preferensi Konsumen .....	47
4.4 Identifikasi Area Perbaikan.....	48
4.5 Implikasi dan Rekomendasi .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>