

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.5.1 Maksud Penelitian.....	7
1.5.2 Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	8
1.6.1 Secara Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan Konsep.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	10
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	11

2.1.3 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3.1 Pengertian Pemasaran Jasa	15
2.1.4 Media Sosial.....	16
2.1.4.1 Pengertian Media Sosial	17
2.1.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	18
2.1.4.3 Dimensi Media Sosial	19
2.1.5 Kualitas Layanan	20
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	22
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.1.6.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.7 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	24
2.1.7.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.1.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	25
2.2 Kerangka Penelitian dan Hipotesis	26
2.2.1 Kerangka Penelitian	26
2.2.3 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.1.1 Penelitian.....	29
3.1.2 Subjek Penelitian	29
3.1.3 Metode Yang Digunakan	30
3.2 Desain Penelitian	32
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	33

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian	33
3.3.2 Operasional Variabel	36
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Sumber Data.....	37
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.2.1 Studi Lapangan (<i>Research Field</i>)	39
3.5 Teknik Penentuan Data	40
3.5.1 Populasi Penelitian.....	40
3.5.2 Sampel Penelitian.....	41
3.5.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1 Analisis Deskriptif	45
3.6.2 Analisis Verifikatif.....	46
3.6.3 Uji Validitas	47
3.6.4 Uji Reliabilitas	47
3.6.5 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.6 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.6.7 Analisis Korelasi.....	52
3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi	53
3.7 Uji Hipotesis	54
3.7.1 Uji F.....	54
3.7.2 Uji t	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	58
4.1 Objek Penelitian.....	58
4.2 Hasil Penelitian	58

4.2.1 Karakteristik Umum Responden.....	58
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	63
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Media Sosial	64
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan	69
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan.....	75
4.2.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	81
4.2.7 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.2.8 Analisa Regresi Linier Berganda	85
4.2.9 Uji Korelasi.....	87
4.2.10 Koefisien Determinasi	87
4.3 Uji Hipotesis Penelitian	89
4.3.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	90
4.3.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	92
4.4 Pembahasan Analisis Deskriptif	93
4.4.1 Media Sosial Pada Toko Buku Online Redaksi Loveable.....	93
4.4.2 Kualitas Layanan Pada Toko Buku Online Redaksi Loveable.....	94
4.4.3 Kepuasan Pelanggan Pada Toko Buku Online Redaksi Loveable.....	94
4.5 Pembahasan Analisis Verifikatif.....	95
4.5.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Buku Online Redaksi Loveable.....	95
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Buku Online Redaksi Loveable.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Media Sosial,Platform Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 1.2: Analisa Instagram @loveable.redaksi.....	4
Gambar 1.3: Tingkat Rata-Rata Engagement Rate Media Sosial.....	5
Gambar 2.1: Fungsi Manajemen.....	12
Gambar 2.2: Kerangka Penelitian	27
Gambar 3.1: Langkah Penelitian.....	32
Gambar 4.1: Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Gambar 4.2: Kurva Uji t Variabel X1	91
Gambar 4.3: Kurva Uji t Variabel X2.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Waktu Penelitian.....	9
Tabel 3.1 : Operasional Variabel	36
Tabel 3.2 : Skala Likert Pada Pertanyaan Positif.....	44
Tabel 3.3 : Tabel Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	61
Tabel 4.4 : Media Sosial Yang Sering Digunakan.....	61
Tabel 4.5 : Frekuensi Responden Menggunakan Media Sosial	62
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Media Sosial	62
Tabel 4.7 : Kriteria Penilaian Kuesioner.....	64
Tabel 4.8 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Social Presence</i> Pada Media Sosial.....	65
Tabel 4.9 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Media Richness</i> Pada Media Sosial.....	66
Tabel 4.10: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Self Disclosure</i> Pada Media Sosial.....	67
Tabel 4.11: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Media Sosial	68
Tabel 4.12: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i> Pada Kualitas Layanan.....	69
Tabel 4.13: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i> Pada Kualitas Layanan	70
Tabel 4.14: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i> Pada Kualitas	

Layanan.....	71
Tabel 4.15: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Empathy</i> Pada Kualitas Layanan.....	72
Tabel 4.16: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i> Pada Kualitas Layanan.....	73
Tabel 4.17: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan	74
Tabel 4.18: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas Produk Pada Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 4.19: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Harga Pada Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4.20: Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4.21: Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Emotional Factor Pada Kepuasan Pelanggan.....	78
Tabel 4.22: Rekapitulasi Tanggapan Responden Dimensi Biaya dan Kemudahan Pada Kepuasan Pelanggan	79
Tabel 4.23: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan...	80
Tabel 4.24: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1,X2 dan Y	81
Tabel 4.25: Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.26: Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.27: Analisa Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.28: Hasil Analisis Uji Korelasi	87
Tabel 4.29: Hasil Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.30: Besarnya Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y	89
Tabel 4.31: Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	90

Tabel 4.32: Uji Hipotesis Secara Simultan 93