

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Perumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Kegunaan Penelitian	6
1.5.Lokasi dan Lamanya Penelitian	7
1.5.1.Lokasi Penelitian.....	7
1.5.2.Lamanya Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	9
2.1.Tinjauan Pustaka	9
2.1.1.Pemasaran	9
2.1.2.Pemasaran Jasa.....	14
2.1.3.Konsumen	21
2.1.4.Generasi milenial	23
2.1.5.Perilaku konsumen.....	27
2.1.6.Faktor - Faktor dari Perilaku Konsumen.....	28
2.1.7.Keputusan Pembelian.....	33
2.1.8. Kaitan Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian	37
2.2.Penelitian Terdahulu	37
2.3.Kerangka Pemikiran.....	41
2.3.1. Perilaku konsumen.....	41
2.3.2. Keputusan pembelian.....	45
2.4.Hipotesis Penelitian	47

BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Metode Penelitian	50
3.1.1. Paradigma Penelitian.....	50
3.1.2. Metode Penelitian yang Digunakan	51
3.1.3. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	52
3.1.4. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.1.5. Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1. Gambaran iLaund Digital Express Laundry	67
4.1.1. Gambaran Umum iLaund Digital Express Laundry	67
4.1.2. Visi dan Misi iLaund Digital Express Laundry	68
4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas iLaund Digital Express Laundry.....	69
4.1.4. Ruang Lingkup Pemasaran iLaund Digital Express Laundry	72
4.2. Kondisi Perilaku Konsumen Generasi Milenial dan Keputusan Pembelian pada iLaund Digital Express Laundry.....	77
4.2.1. Kondisi Perilaku Konsumen Generasi Milenial pada iLaund.....	77
4.2.2. Kondisi Keputusan Pembelian Generasi Milenial di iLaund.....	90
4.3. Pengaruh Perilaku Konsumen Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian Jasa pada iLaund Digital Express Laundry.....	102
4.3.1. Analisis Skor Perilaku konsumen (X).....	102
4.3.2. Analisis Skor Keputusan Pembelian (Y).....	106
4.3.3. Pengujian Intrumen Penelitian	109
4.3.4. Analisis Data Menguji Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y	113
4.4. Faktor Dominan Perilaku Konsumen Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembelian pada iLaund Digital Express Laundry	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1. Kesimpulan	122
5.2. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan dan Pengguna Jasa iLaund Digital Express Laundry ..	3
Tabel 1.2	Jadwal Kegiatan Penelitian	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 3.2	Pemberian Nilai Skala Likert.....	58
Tabel 4.1	Komposisi Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan	71
Tabel 4.2	Komposisi Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Produk Terhadap iLaund.....	78
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Pandangan Baik dan Buruk	79
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kebiasaan Mendengar Terlebih Dahulu Tentang iLaund Sebelum Memilih atau menentukan Menggunakan Produk	81
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Kebiasaan Membandingkan Terlebih Dahulu Dengan Produk/Jasa Sejenis Sebelum Memilih Atau Menentukan Layanan iLaund.....	82
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Kebiasaan Mengikuti Rekomendasi Teman,Keluarga,atau Orang Lain Dalam memilih Produk.....	84
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Menggunakan Jasa iLaund Setelah Membaca Iklan di Brosur,Banner,atau Sosial Media	85
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Menggunakan Jasa/Produk Setelah Berkunjung ke iLaund.....	87
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Jasa/Produk iLaund Sesuai Dengan Harapan	88
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Responden akan Mengguanakn Jasa iLaund Dilain Waktu Berikutnya	89
Tabel 4.12	Tanggaopan Responden Mengenai Responnden Memiliki Hasrat Untuk Membeli Jasa iLaund	91
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Responden Mendapatkan Informasi Secara Langsung Tentanag iLaund	93
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Responden Mencari Tahu Informasi Tentang Jasa iLaund Melalui Orang Lain dan Media Digital.....	94
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Memilih iLaund Setelah Membandingkan dengan Bebebrapa Jasa Laundry Lainnya.....	96
Tabel 4.16	Tanggapan Respondenn Mengenai Responden Memutuskan untuk Menggunakan Jasa iLaund	97
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai waktu Proses Menjadi Pertimbangan Dalam Memilih Jasa iLaund	99
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Memilih iLaund Karena sistem Pembayaranannya Digital	100

Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Setelah Menggunakan Jasa Laundry iLaund	102
Tabel 4.20	Resume Jawaban Kuesioner Variabel X (Perilaku Konsumen).....	104
Tabel 4.21	Nilai Bobot Standar Variabel X	105
Tabel 4.22	Resume Jawaban Kuesioner Variabel Y (Keputusan Pembelian) ...	107
Tabel 4.23	Nilai Bobot Standar Variabel Y (Keputusan Pembelian)	108
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas variabel X	111
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas Variabel Y	112
Tabel 4.26	Hasil Uji Reliabel variabel Penelitian	113
Tabel 4.27	Uji Regresi dan Hipotesis	114
Tabel 4.28	Nonparametric Correlations	117
Tabel 4.29	Koefisien Determinasi.....	118
Tabel 4.30	Daftar Skor Akumulasi untuk Setiap Pernyataan	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 4. 1 Garis Kontinum Variabel X (Perilaku Konsumen).....	105
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	108