

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	ii
MOTO DAN DEDIKASI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
RINGKESAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Bagi Peneliti.....	7
1.4.2 Bagi Pengguna Shopee di Kampung Rancatiis	7
1.4.3 Bagi Pihak Lain	7
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	9
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	9
2.1.1 Pengertian Administrasi.....	9
2.1.2 Administrasi Bisnis	10
2.1.3 <i>Emotional Intelligence</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Keputusan Pembelian Produk.....	18
2.1.5 E-Commerce.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III	30
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian	30
3.1.1 Paradigma Penelitian	30
3.1.2 Metode Penelitian yang Digunakan	31

3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	32
3.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.2.1 Data Primer	37
3.2.2 Data Sekunder	39
3.2.3 Populasi Dan Sampel.....	40
3.3 Teknik Analisis Data	42
3.3.1 Uji Validitas	42
3.3.2 Uji Realiabilitas.....	43
3.3.3 Regresi Linier Sederhana	44
3.3.4 Koefisien korelasi Rank <i>Spearman</i>	45
3.3.5 Uji Koefisien Determinan	47
3.3.6 Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Di Kampung Rancatiis	49
4.1.1 Gambaran Umum Shopee	49
4.1.2 Visi dan Misi Shopee	50
4.1.3 Struktur Organisasi.....	50
4.1.4 Strategi Shopee	53
4.1.5 Gambaran Umum Data Responden	54
4.2 Pelaksanaan <i>Emotional Intelligence</i> Pada Pengguna Shopee Di Kampung Rancatiis Desa Galanggang	56
4.2.1 Mengenali Emosi Diri	57
4.2.2 Mengelola Emosi.....	61
4.2.3 Memotivasi Diri Sendiri.....	65
4.2.4 Empati	69
4.2.5 Keterampilan Sosial.....	73
4.2.6 Analisis Skor Variabel <i>Emotional Intelligence</i>	77
4.3 Pelaksanaan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kampung Rancatiis Desa Galanggang	81
4.3.1 Pengenalan Masalah	82
4.3.2 Pencarian Informasi	84
4.3.3 Evaluasi Alternatif	86
4.3.4 Keputusan Pembelian	88
4.3.5 Perilaku Pasca Pembelian	90
4.3.6 Analisis Skor Variabel Keputusan Pembelian	92
4.4 Pengaruh <i>Emotional Intelligence</i> Terhadap keputusan Pembelian Produk Shopee di Kampung Rancatiis Galanggang.....	96
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian	97
4.4.2 Teknik Analisis Data.....	102

4.5 Hambatan Dan Upaya Yang Dihadapi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Pengguna Shopee di Kampung Rancatiis Desa Galanggang.	112
4.5.1 Hambatan yang dihadapi konsumen	112
4.5.2 Upaya Untuk Mengatasi Hambatan-hambatan	114
KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
4.6 Kesimpulan	116
4.7 Saran	119
4.7.1 Saran Bagi Konsumen Pengguna Shopee di Kampung Rancatiis ...	119
4.7.2 Saran Bagi Pembaca dan Peneliti di Masa Mendatang.....	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	122
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	122
Lampiran 2. Surat Penelitian	125
Lampiran 3. Hasil Kuesioner	127
Lampiran 4. Hasil <i>SPSS Statistics</i>.....	130