

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kontribusi Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Kualitas Layanan	10
2.3 Harga	10
a. Dimensi Harga.....	11
2.4 Promosi	11
a. Dimensi Promosi.....	12
2.5 keputusan pembelian	12
a. Tahapan pengambilan keputusan	12
b. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	13
c. Dimensi Keputusan Pembelian.....	13
2.6 Penelitian Terdahulu.....	14
2.7 Kerangka Berpikir	15
2.8 Hipotesis.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Waktu dan Tempat Proyek Tugas Akhir.....	18
3.2 Metode Penelitian	18
3.3 Jenis Penelitian.....	18
3.4 Populasi dan Sampel	18
a. Populasi.....	18
b. Sampel.....	19
3.5 Sumber Data.....	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data	20
a. Kuesioner	20
3.7 Alat Ukur Data	20

3.8 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.9 Uji Instrumen Penelitian	23
a. Uji Validitas	23
b. Uji Reliabilitas	23
3.10 Uji Asumsi Klasik	24
a. Uji Normalitas.....	24
b. Uji Multikolinearitas	24
c. Uji Heteroskedastisitas.....	24
3.11 Analisis regresi linier berganda	24
3.12 Uji Hipotesis	25
a. Uji Parsial (Uji t)	25
b. Uji simultan (uji f).....	25
3.13 Koefisien Determinasi	25
BAB IV DESAIN DAN SISTEM	26
4.1 Keadaan Umum Objek Penelitian	26
a. Sejarah Perusahaan shopee	26
b. Logo Perusahaan Shopee.....	27
c. Visi dan Misi Perusahaan	27
d. Struktur Organisasi Perusahaan Shopee	28
4.2 Tahapan Analisis Penelitian.....	28
a. Penyusunan proposal penelitian	28
b. Perancangan dan persiapan	28
c. Pengumpulan Data	28
d. Pengolahan Data.....	28
e. Analisis Data	29
f. Penarikan Kesimpulan	29
g. Pelaporan Hasil.....	29
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
5.1 Profil Responden	30
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	33
a. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1)	34
b. Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)	35
c. Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3)	36
d. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	37
5.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas	40

5.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Multikolinearitas	41
c. Uji Heteroskedastisitas	42
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda	42
5.6 Hasil pengujian Hipotesis.....	43
a. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	43
b. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)	44
5.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
5.8 Pembahasan.....	45
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	50
6.1 Kesimpulan	50
6.2 Saran.....	51
6.3 Keterbatasan Penelitian	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	57
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2 : Rekapitulasi Data	61
Lampiran 3 : r-tabel, t-tabel, F-tabel.....	66
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas	67
Lampiran 5 : Hasil Uji Deskriptif	70
Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas	71
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik	72
Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Lampiran 9 : Hasil Uji t (Parsial)	74
Lampiran 10: Hasil Uji F (Simultan)	74
Lampiran 11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Populasi generasi milenial dan Z perempuan di kota medan tahun 2023.....	18
Tabel 3. 2 Bobot Pengukuran Skala Likert	20
Tabel 3. 3 Defenisi Operasional Variabel	21
Tabel 5. 1 Data hasil penyebaran kuesioner	30
Tabel 5. 2 Data jenis kelamin responden	30
Tabel 5. 3 Data usia responden.....	30
Tabel 5. 4 Data Pendidikan Terakhir Responden.....	31
Tabel 5. 5 Data Pekerjaan Responden.....	31
Tabel 5. 6 Data Penghasilan Responden.....	32
Tabel 5. 7 Data Domisili Responden.....	32
Tabel 5. 8 Data Frekuensi Belanja Responden di Shopee	32
Tabel 5. 9 Data Responden Pengguna Skintific.....	33
Tabel 5. 10 Data Responden yang Pernah Membeli Produk Skintific di Shopee	33
Tabel 5. 11 Rentang Skala Kategorisasi Data Penelitian.....	34
Tabel 5. 12 Tanggapan responden mengenai variabel kualitas layanan	34
Tabel 5. 13 Tanggapan responden mengenai variabel Harga.....	35
Tabel 5. 14 Tanggapan responden mengenai variabel Promosi.....	36
Tabel 5. 15 Tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian...38	
Tabel 5. 16 Hasil pengujian validitas variabel	39
Tabel 5. 17 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 5. 18 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Test	41
Tabel 5. 19 Hasil Pengujian Multikolinearitas	41
Tabel 5. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 5. 21 Hasil Uji t	44
Tabel 5. 22 Hasil uji F.....	45
Tabel 5. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik jumlah pengunjung E- commerce 2025	1
Gambar 1. 2 Daftar produk terlaris di shopee	3
Gambar 1. 3 Fitur layanan yang diberikan oleh shopee	4
Gambar 1. 4 Tampilan Harga Belanja di Shopee	5
Gambar 1. 5 Tampilan Promosi Shopee dan skintific	6
Gambar 2. 1 Tahapan pengambilan keputusan	12
Gambar 2. 2 Kerangka berpikir	16
Gambar 4. 1 Logo Shopee	27
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi perusahaan Shopee	28
Gambar 5. 1 Hasil pengujian Heteroskedastisitas	42