

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	14
E. Kegunaan Penelitian.....	15
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	17
G. Penegasan Istilah	17
H. Sistematika Skripsi	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
A. Landasan Teori	22
1. Manajemen Pemasaran.....	22
2. Harga	25

3.	Kualitas Produk	27
4.	Promosi.....	30
5.	Tempat.....	33
6.	Keputusan Pembelian	36
B.	Penelitian Terdahulu.....	37
C.	Kerangka Konseptual	44
D.	Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN		48
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	49
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya.....	52
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	55
E.	Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		67
A.	Deskripsi Karakteristik Responden	67
B.	Deskripsi Data	69
C.	Analisis Data	79
BAB V PEMBAHASAN		91
A.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	91
B.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	93
C.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	94
D.	Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian	96
E.	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian	97
BAB VI PENUTUP		100
A.	Kesimpulan.....	100
B.	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN-LAMPIRAN		109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Varian Produk Kosmetik Hanasui	10
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 3. 2 Indikator Pernyataan	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian.....	69
Tabel 4. 5 Distribusi Variabel Harga (X1).....	70
Tabel 4. 6 Distribusi Variabel Kualitas Produk (X2).....	71
Tabel 4. 7 Distribusi Variabel Promosi (X3)	73
Tabel 4. 8 Distribusi Variabel Tempat (X4)	75
Tabel 4. 9 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel.....	79
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4. 14 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4. 15 Uji T (Parsial).....	86
Tabel 4. 16 Uji F (Simultan)	89
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proporsi Usaha E-Commerce Indonesia Menurut Barang dan Jasa yang Dijual (2022).....	3
Gambar 1. 2 Akun Sosial Media dari Hanasui (2023) Instagram (Kiri) & TikTok (Kanan).....	9
Gambar 1. 3 Hanasui mendapatkan penilaian 4.9/5 dari 1,1 juta Pelanggan di Shopee	10
Gambar 2 1 Pengaruh Harga, Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Hanasui	45
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	84