

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)**



Oleh :

SILVIANA AGUSTIN
NBI : 1211700051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Oleh :
SILVIANA AGUSTIN
NBI : 1211700051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

===== SKRIPSI =====

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Oleh :

SILVIANA AGUSTIN

NBI : 1211700051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis**

Oleh :

SILVIANA AGUSTIN

NBI : 1211700051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

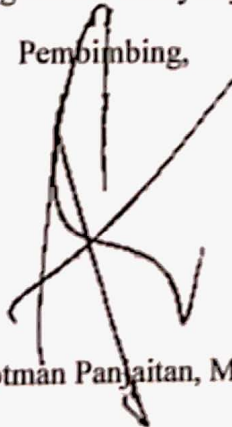
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Silviana Agustin
NBI : 1211700051
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA

Surabaya ,

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bsinis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan di terima untuk memenuhi syarat guna untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 15 Juli 2021

TIM PENGUJI :

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT, MM (Ketua):
2. Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, MM (Anggota):
3. Drs. Ec. Istiono, MBA (Anggota):



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Silviana Agustin
2. NBI : 1211700051
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 352210540898002
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Gresik Gadukan Utara 5B/10
RT.006/RW.005, Kec. Krembangan, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI SURABAYA).

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 07 Juli 2021



Silviana Agustin



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silviana Agustin
NBI : 1211700051
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 7 Juli 2021

Yang Menyatakan,




(Silviana Agustin)

MOTTO

“Ilmu itu lebih baik dari kekayaan, karena kekayaan itu harus kamu jaga, sedangkan ilmu yang akan menjagamu.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Education is not the learning on facts, but the training of the mind to think.”

(Albert Einstein)

“You don’t have to be great to start, but you have to start to be great.”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk

:

Orang tua tercinta Ayah Abdul Aziz dan Ibu Siti Julaikah, terima kasih atas limpahan doa, semangat, motivasi, kasih sayang dan perhatian, serta dukungan yang telah diberikan selama ini.

Sahabat-sahabat dan orang terdekat terima kasih atas support dan doanya.

Dan untuk almamaterku Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, tempatku menimba ilmu serta belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia dan nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Marketplace* Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)”. Penulis skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

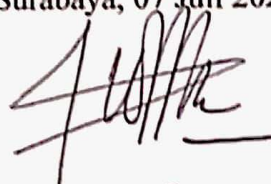
Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT, MM, selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Para penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga siding skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh dosen dan staff Sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat saya tercinta Nur Annisa Rose, Ari Kresna P, Alivia Jasmine, Uswatun Hasanah, Siti Khalimatus S, Ilma. Terima kasih atas bantuan, support dan doa kalian yang selalu kalian berikan saya selama ini.

8. Teman-teman *Stray Kids* saya (Bangchan, Lee Know, Changbin, Hyunjin, Han, Felix, Seungmin, I.N). Terima kasih atas lagu dan motivasi kalian yang selalu kalian berikan untuk saya untuk melewati semua ini.
9. Sahabat-sahabat saya tercinta Tadika Mesra (Pameila Nur Rahayu, Anggun Wulansari, Eka Andriani Putri, Avia Safitri, Jatuh Indah Parmawati, M Arif Alfian, M Ashary, Hendrick Rubiantoro, Khanivah Fauzi) dan Usquad (Bagus Rizky, Yoby Wikuntoro, Edo Pratama, Afriza Yahya, Hedy Prastyan), teman seperjuangan. Terima kasih atas bantuan, support dan doa kalian yang luar biasa dari semester satu hingga akhir.
10. Teman-teman mahasiswa prodi Manajemen kelas reguler sore angkatan 2017. Teman seperjuangan dari awal mulai menjadi mahasiswa baru sampai menjadi mahasiswa akhir yang saling memberikan support satu sama lain.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari, masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Surabaya, 07 Juli 2021



Penulis

RINGKASAN

Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* terkemuka di Indonesia. Tokopedia didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan visi membangun Indonesia lebih baik dengan internet. Tujuan didirikannya Tokopedia.com adalah sebagai sarana pemasar untuk memasarkan atau mempromosikan produk mereka di media online. Namun Tokopedia harus bersiap bersaing dengan kompetitor berat mereka semisal Shopee, Lazada, Bukalapak, dan sebagainya yang berjalan di bidang yang sama. Oleh karena itu pihak Tokopedia perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat menjadi daya tarik para pengguna internet untuk mengunjungi dan melakukan transaksi di Tokopedia khususnya para mahasiswa dengan jiwa muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, (3) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, (4) pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengguna aplikasi Tokopedia dan sudah melakukan pembelian di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan nilai t hitung sebesar 2,306; nilai signifikansi $0,023 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,133; (2) terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan nilai t hitung sebesar 4,147; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,294; (3) terdapat pengaruh positif promosi terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan nilai t hitung sebesar 2,764; nilai signifikansi $0,007 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,181; dan (4) terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 20,620 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *MARKETPLACE*
TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)

Oleh :

Silviana Agustin

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, (3) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, (4) pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengguna aplikasi Tokopedia dan sudah melakukan pembelian di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan nilai t hitung sebesar 2,306; nilai signifikansi $0,023 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,133; (2) terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan nilai t hitung sebesar 4,147; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,294; (3) terdapat pengaruh positif promosi terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan nilai t hitung sebesar 2,764; nilai signifikansi $0,007 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,181; dan (4) terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Tokopedia pada mahasiswa di Surabaya, dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 20,620 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA MARKETPLACE

(Case Study on Collage Student in Surabaya)

By :

Silviana Agustin

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of product quality on product purchasing decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, (2) the effect of price on product purchasing decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, (3) the effect of promotion on product purchasing decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, (4) the influence of product quality, price, and promotion on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya

This research is a survey research. The population in this study are all consumers or users of the Tokopedia application and have made purchases at Tokopedia. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 100 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression.

The results of this study indicate that: (1) there is a positive influence of product quality on product purchasing decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, as evidenced by the t-count value of 2.306; significance value $0.023 < 0.05$; and a regression coefficient of 0.133; (2) there is a positive influence of price on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, as evidenced by the t-count value of 4.147; significance value $0.000 < 0.05$; and a regression coefficient of 0.294; (3) there is a positive effect of promotion on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, as evidenced by the t-count value of 2.764; significance value $0.007 < 0.05$; and a regression coefficient of 0.181; and (4) there is an effect of product quality, price, and promotion together on product purchasing decisions on the Tokopedia marketplace for students in Surabaya, as evidenced by the calculated F value of 20.620 and a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
RINGKASAN.....	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Kualitas Produk	8
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Produk	8
2.1.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	9
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	11
2.1.4 Harga.....	12
2.1.4.1 Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.1.4.2 Metodologi Penetapan Harga.....	13

2.1.4.3 Peranan Harga.....	14
2.1.4.4 Jenis-Jenis Harga	14
2.1.4.5 Indikator Harga.....	15
2.1.5 Promosi.....	15
2.1.5.1 Tahap-Tahap Pelaksanaan Promosi	15
2.1.5.2 Strategi Bauran Promosi	17
2.1.5.3 Indikator Promosi	17
2.1.6 Keputusan Pembelian	18
2.1.6.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PEELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Sumber Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional	33
3.7 Proses Pengolaan Data.....	35
3.8 Metode Analisis Data.....	36
3.8.1 Uji Instrumen	36
3.8.1.1 Uji Validitas.....	36
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	36

3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	37
3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.1.1 Uji Normalitas.....	37
3.9.1.2 Uji Multikolinieritas	37
3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas	38
1.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.9.3 Uji Hipotesis	38
3.9.3.1 Uji T (Parsial)	38
3.9.3.2 Uji F (Simultan).....	39
3.9.3.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	47
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	47
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)	48
4.2.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	49
4.2.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.3 Uji Instrumen	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reabilitas	52
4.4 Analisis Data.....	52
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	52
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas	53
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.4.2 Regresi Linier Berganda	55
4.5 Pengujian Hipotesis	56
4.5.1 Uji T (Parsial)	56

4.5.2 Uji F (Simultan).....	58
4.5.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	59
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	60
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V PENUTUP	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Skala Instrumen	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4. 4 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X1	50
Tabel 4. 5 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X2	50
Tabel 4. 6 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X3	51
Tabel 4. 7 Rata – Rata Jawaban Responden Variabel Y.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	59
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Faktor Penting yang mempengaruhi orang untuk berbelanja online	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	41
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	46
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	46
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	69
Lampiran 2 Karakteristik Responden	73
Lampiran 3 Tabulasi	79
Lampiran 4 Uji Validitas	84
Lampiran 5 Uji Reliabilitas SPSS.....	88
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	88
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas.....	89
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas.....	89
Lampiran 9 Koefisien Determinasi R ²	91
Lampiran 10 Uji T (Parsial).....	91
Lampiran 11 Uji F (Simultan)	92
Lampiran 12 Data Statistik Uji R	92
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi.....	98
Lampiran 14 Hasil Turnitin	99