

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI LAZADA
(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

ANJAS UMBU PARAWANG
NBI : 1211800179

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI LAZADA**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)



Oleh :

ANJAS UMBU PARAWANG
1211800179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI LAZADA**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

ANJAS UMBU PARAWANG

1211800179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Anjas Uumbu Parawang

NBI : 1211800179

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**"Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Aplikasi Lazada**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)"

Surabaya, 15 Juni 2022

Mengetahui/ Menyetujui

Pembimbing



Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

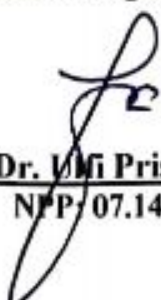
Nama Mahasiswa : Anjas Umbu Parawang
NBI : 1211800179
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi :

**"Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Aplikasi Lazada**


(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)"

Surabaya, 15 Juli 2022

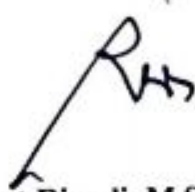
Mengetahui:
Kaprosdi Program Studi
Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Wi Pristiana, M.Si
NPP: 07.141263.01

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM
NPP: 20.2109001.95

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA
NPP : 20220.93.0319

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi saya guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 15 Juli 2022,

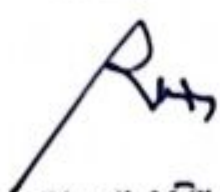
TIM PENGUJI :

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT MM Ketua

2. Dr. Feliks A B K. Panjaitan, MM, CM : Anggota
NNLP, CMA

3. Drs. Ec Mohammad Suyanto MM : Anggota

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,


Dr. H Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA
NPP: 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Anjas Uumbu Parawang
2. NBI : 1211800179
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 5311130908990002
6. Alamat Rumah (KTP) : Ananjaki

Dengan ini menyatakan skripsi saya yang berjudul :

"Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Lazada

(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)"

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian 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 dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 4 Juli 2022



Anjas Uumbu Parawang



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivis akademik universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anjas Umbu Parawang
NBI : 1211800179
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prpgram Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

"Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Lazada

(Studi Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)"

Dengan *Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media untuk 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 :

Yang Menyatakan



10000
Rp
METERAI
TEMPEL
BC363AKX073478919

(Anjas Umbu Parawang)

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 pada Aplikasi Lazada (studi pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 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 Hugroho, 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 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 19 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si.,Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas 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 boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Para penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahannya dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh dosen dan staf sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh sahabat dan keluarga besar Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terutama angkatan 2018 kelas pagi yang telah banyak membantu memberi

semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada Saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto Saya adalah "Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan dalam hidupku".

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca terima kasih.

Surabaya, 28 Juni, 2022

Anjas Umbu Parawang

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI LAZADA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, (2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, (3) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada Pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, (4) Pengaruh kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian survei, populasi pada penelitian ini merupakan seluruh konsumen atau pengguna aplikasi Lazada yang telah melakukan pembelian di Lazada. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa : (1) Kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,204 dan nilai signifikansi sebesar 0,231. (2) Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,319 dan nilai signifikansi sebesar 0,019. (3) Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,643 dan nilai signifikansi sebesar 0,010. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 18.327 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi sebesar 0,344 yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi sebesar 34,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

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

ABSTRAK

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS ON LAZADA APPLICATIONS (Case Study on University Students August 17, 1945 Surabaya)

The purpose of this study was to determine: (1) the effect of product quality on purchasing decisions on the Lazada application to students at the University of 17 August 1945 Surabaya, (2) the effect of price on purchasing decisions in the Lazada application to students at the 17 August 1945 University Surabaya, (3) the effect of promotion of purchasing decisions on the Lazada application for students at the University of 17 August 1945 in Surabaya, (4) The effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions on the Lazada application for students of the 17 August 1945 University in Surabaya.

This research is a survey research, the population in this study are all consumers or users of the Lazada application who have made purchases at Lazada. Sampling using purposive sampling with a total sample of 100 people. Collecting data using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Analysis of the data used is multiple regression.

The results of this study prove that: (1) Product quality has no partial effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is evidenced by the t-count value of 1.204 and the significance value of 0.231. (2) Price has a partial effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is evidenced by the t-count value of 1.319 and a significance value of 0.019. (3) Promotions have a partial effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is evidenced by the t-count value of 2.643 and a significance value of 0.010. Based on the results of the statistical calculation of the simultaneous test, it can be concluded that product quality, price and promotion have a simultaneous effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is proven by the calculated F value of 18.327 and the significance value of 0.000 and the coefficient of determination of 0.344. which means that purchasing decisions can be explained by the variables of product quality, price and promotion of 34.4% while the rest is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

RINGKASAN

Lazada adalah salah satu perusahaan e-commerce jual beli online terkemuka di Indonesia. Dimulai pada Januari 2012 ketika Rocket Internet yang berbasis di Berlin membuka kantor di Jakarta. Website Lazada diluncurkan di Indonesia dengan visi menjadi tempat belanja online terpercaya dan memberikan kualitas dan layanan terbaik kepada konsumen. Website Lazada diluncurkan untuk memenuhi segala kebutuhan pembeli, mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang ke lokasi pembeli. Melalui sistem e-commerce, konsumen dapat dengan mudah mengakses dan melakukan pemesanan dari berbagai tempat. Hal ini membuat banyak konsumen dan kalangan anak muda ingin berbelanja secara online.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada. Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pengguna aplikasi Lazada dan sudah melakukan pembelian di Lazada. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik data yang di gunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa : (1) Kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,204 dan nilai signifikansi sebesar 0,231. (2) Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,319 dan nilai signifikansi sebesar 0,019. (3) Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,643 dan nilai signifikansi sebesar 0,010. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat di simpulkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Lazada, hal tersebut di buktikan dengan nilai F hitung sebesar 18,327 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi sebesar 0,344 yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat di jelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi sebesar 34,4% sedangkan sisanya di jelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

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

SUMMARY

Lazada is one of the leading online buying and selling e-commerce companies in Indonesia. It started in January 2012 when Berlin-based Rocket Internet opened an office in Jakarta. The Lazada website was launched in Indonesia with the vision of becoming a trusted online shopping place and providing the best quality and service to consumers. The Lazada website was launched to meet all the needs of buyers, from ordering to delivery of goods to the buyer's location. Through the e-commerce system, consumers can easily access and place orders from various places. This makes many consumers from among young people want to shop online.

This study aims to answer questions about the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions on the Lazada application. This research is a survey research. The population in this study are all consumers or users of the Lazada application and have made purchases at Lazada. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 100 people. Collecting data using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data technique used is multiple regression.

The results of this study prove that: (1) Product quality has no partial effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is evidenced by the t-count value of 1.204 and the significance value of 0.231. (2) Price has a partial effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is evidenced by the t-count value of 1.319 and a significance value of 0.019. (3) Promotions have a partial effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is evidenced by the t-count value of 2.643 and a significance value of 0.010. Based on the results of the statistical calculation of the simultaneous test, it can be concluded that product quality, price and promotion have a simultaneous effect on purchasing decisions on the Lazada application, this is proven by the calculated F value of 18.327 and the significance value of 0.000 and the coefficient of determination of 0.344, which means that purchasing decisions can be explained by the variables of product quality, price and promotion of 34.4% while the rest is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| COVER LUAR | i |
| COVER DALAM | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT | vi |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| ABSTRAK | x |
| ABSTRAK | xi |
| RINGKASAN | xii |
| SUMMARY | xiii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| DAFTAR TABEL | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II | 7 |
| 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 | 9 |
| 2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk | 10 |
| 2.1.4 Harga | 10 |
| 2.1.4.1 Tujuan Penetapan Harga | 10 |
| 2.1.4.2 Metodologi Penetapan Harga | 11 |
| 2.1.4.3 Peranan Harga | 12 |
| 2.1.4.4 Jenis-jenis Harga | 13 |
| 2.1.4.5 Indikator Harga | 13 |
| 2.1.5 Promosi | 14 |
| 2.1.5.1 Tahap Pelaksanaan Promosi | 14 |
| 2.1.5.2 Strategi Bauran Promosi | 16 |
| 2.1.5.3 Indikator Promosi | 16 |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.1.6.1 Tahapan Dalam Proses Pengambilan Keputusan | 17 |
| 2.1.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 18 |
| 2.1.6.3 Indikator Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 23 |
| 2.4 Kerangka Konseptual | 24 |
| 2.5 Hipotesis | 26 |
| BAB III | 27 |
| METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Desain Penelitian | 27 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 27 |
| 3.3 Jenis dan Sumber data | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3.1 Jenis Data | 27 |
| 3.3.2 Sumber Data | 27 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 28 |
| 3.4.1 Populasi | 28 |
| 3.4.2 Sampel | 28 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan data | 29 |
| 3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasioanal | 30 |
| 3.7 Proses Pengolahan Data | 33 |
| 3.8 Metode Analisis Data | 33 |
| 3.8.1 Uji Instrumen | 33 |
| 3.8.1.1 Uji Validitas | 33 |
| 3.8.1.2 Uji Reabilitas | 33 |
| 3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data | 34 |
| 3.9.1 Uji Asumsi Klasik | 34 |
| 3.9.1.1 Uji Normlitas | 34 |
| 3.9.1.2 Uji Multikolinieritas | 34 |
| 3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas | 35 |
| 3.9.2 Analisis Linear Berganda | 35 |
| 3.9.3 Uji Hipotesis | 36 |
| 3.9.3.1 Uji T (parsial) | 36 |
| 3.9.3.2 Uji F (simultan) | 36 |
| 3.9.3.3 Koefisien Determinasi (R ²) | 36 |
| BAB IV | 39 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 39 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 39 |
| 4.1.1 Sejarah Lazada | 39 |
| 4.1.2 Jenis Produk | 40 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.3 Sistem Pemesanan dan Pembayaran | 40 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian..... | 41 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden..... | 41 |
| 4.2.2Tanggapan Responden Terhadap variabel penelitian | 42 |
| 4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)..... | 43 |
| 4.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)..... | 44 |
| 4.2.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3) | 45 |
| 4.2.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 46 |
| 4.3 Uji Instrumen | 47 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 47 |
| 4.3.2 Uji Reabilitas | 48 |
| 4.4 Analisis Data..... | 49 |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 4.4.1.1 Uji Normalitas | 49 |
| 4.4.1.2 Uji Multikolonieritas | 50 |
| 4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas | 51 |
| 4.4.2 Regresi Linier Berganda..... | 53 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis | 54 |
| 4.5.1 Uji t (Parsial)..... | 54 |
| 4.5.2 Uji F (Simultan)..... | 56 |
| 4.5.3 Koefisien Determinasi (R ²)..... | 57 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Temuan..... | 57 |
| 4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 57 |
| 4.6.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 58 |
| 4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap keputusan Pembelian | 58 |
| BAB V PENUTUP | 59 |
| 5.1 Simpulan | 59 |

| | |
|----------------------|----|
| 5.2 Saran | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| LAMPIRAN | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 tren belanja online Masyarakat Indonesia | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 24 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan | 40 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 51 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 21 |
| Tabel 3.1 Skala Instrumen..... | 30 |
| Tabel 3.2 Defenisi operasional..... | 32 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin..... | 41 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 41 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas..... | 42 |
| Tabel 4.4 Rata-rata Jawan Responden Variabel X1..... | 43 |
| Tabel 4.5 Rata-rata Jawan Responden Variabel X2..... | 44 |
| Tabel 4.6 Rata-rata Jawan Responden Variabel X3..... | 45 |
| Tabel 4.7 Rata-rata Jawan Responden Variabel Y..... | 46 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas..... | 47 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas..... | 48 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas..... | 49 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas..... | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis linier Berganda..... | 53 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji t..... | 54 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F..... | 56 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)..... | 57 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner..... | 66 |
| Lampiran 2 Karakteristik Responden..... | 70 |
| Lampiran 3 Tabulasi | 73 |
| Lampiran 4 Uji Validitas..... | 79 |
| Lampiran 5 Uji Reabilitas | 84 |
| Lampiran 6 Uji Normalitas | 85 |
| Lampiran 7 Uji Multikolonieritas | 85 |
| Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas | 86 |
| Lampiran 9 Uji t (Parsial)..... | 87 |
| Lampiran 10 Uji F (Simultan)..... | 88 |
| Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi R ² | 88 |
| Lampiran 12 R tabel | 89 |
| Lampiran Kartu Bimbingan | 94 |
| Lampiran Hasil Turnitin | 95 |