PENGARUH *PRODUCT INNOVATION*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *PRICE BUNDLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK SKINCARE FINALLY FOUND YOU* PADA PENGGUNA AKTIF TIKTOK SHOP DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Oleh:
SARAH NABILLA KHOIRUNISA WINARTO
NBI. 1122200129

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

PENGARUH *PRODUCT INNOVATION*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *PRICE BUNDLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK SKINCARE FINALLY FOUND YOU* PADA PENGGUNA AKTIF TIKTOK SHOP DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Oleh:
SARAH NABILLA KHOIRUNISA WINARTO
NBI. 1122200129

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto**
NBI : **1122200129**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Product Innovation*, *Perceived Quality*, dan *Price Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Finally Found You* Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya**

Surabaya, 29 Juni 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing 1

Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
NPP. 20120.86.0057

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 29 Juni 2026.

Dewan Penguji:

1. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.** ( )
   Ketua

2. **Dra. Awin Mulyati, M.M.** ( )
   Anggota

3. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.** ( )
   Anggota

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto

NBI : 1122200129

Judul Skripsi :Pengaruh *Product Innovation*, *Perceived Quality*, dan *Price Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Finally Found You* Pada Pengguna Aktif TikTok Shop di Surabaya

Menyatakan:

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan daftar pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 29 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan



Sarah Nabilla Khoirunisa W.

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Badan Perpustakaan
Jl. Semolowaru no. 45
Surabaya
Tlp. 031-593-1800 (ext.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto
NBI	:	1122200129
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	:	Administrasi Bisnis
Jenis Karya	:	Skripsi

Demi perkembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh Product Innovation, Perceived Quality, dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Finally Found You Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya"

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

Dibuat di	:	Surabaya
Pada tanggal	:	29 Juni 2026

Yang menyatakan,



Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, tidak ada pencapaian yang dapat berdiri sendiri tanpa doa, dukungan, dan pengorbanan yang mengiringinya. Orang tua adalah alasan mengapa penulis terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga skripsi ini menjadi salah satu bentuk kebahagiaan dan kebanggaan yang dapat penulis persembahkan untuk kalian.

2. Kepada saudara dan keluarga tersayang, yang kini tengah berjuang di jalannya masing-masing. Terima kasih atas setiap perhatian, dukungan, dan kebersamaan yang selalu menguatkan. Kehadiran kalian memberikan semangat dalam setiap proses yang dijalani. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi keberkahan bagi kita semua.

3. Untuk diriku sendiri yang telah bertahan hingga sejauh ini. Perjalanan ini tidak selalu mudah, tetapi setiap tantangan telah menjadi bagian dari proses belajar dan bertumbuh. Skripsi ini bukan hanya tentang menyelesaikan pendidikan, tetapi juga tentang membuktikan bahwa doa, usaha, kesabaran, dan ketekunan akan membawa seseorang sampai pada tujuan yang diharapkan. Semoga pencapaian ini menjadi awal yang baik untuk langkah-langkah berikutnya.

MOTTO

"Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri."

-QS. Al-isra': 7-

"Konsep mengejar akhirat itu bukan berarti meninggalkan pada urusan keduniaan, melainkan dengan cara mengkreasikan urusan dunia agar bisa memiliki value (nilai) akhirat."

-Fardan Rikza-

"Selesaikan apa yang sudah kamu mulai, lewati saja badainya jangan ubah tujuannya."

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	: Sarah Nabilla Khoirunisa Winarto
Tempat, Tanggal Lahir	: Kediri, 23 Januari 2002
Alamat	: Dsn. Kaliawen Timur RT 003/RW 006 Ds. Ngino Kec. Plemahan Kab. Kediri, Jawa Timur
Kebangsaan	: Indonesia
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
No. Telp	: 081359737244
Email	: sarahnabilla1105@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Nama Instansi	Jurusan	Tahun
SD	SDN PLEMAHAN 2	-	2008-2014
SMP	SMPN 1 PLEMAHAN	-	2014-2017
SMA	SMAN 2 PARE	IPA	2017-2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Product Innovation, Perceived Quality,* dan *Price Bundling* terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare Finally Found You* pada Pengguna Aktif TikTok Shop di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik insidental sampling, di mana data dikumpulkan daari 96 responden melalui penyebaran kuesioner *online* menggunakan *Google Form*. Analisis data dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan IBM SPSS *Statistics* versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product Innovation*, *Perceived Quality*, dan *Price Bundling* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare Finally Found You* pada pengguna aktif TikTok Shop di Surabaya. Temuan ini menegaskan bahwa *Perceived Quality* merupakan variabel yang paling dominan dalam menstimulasi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, disarankan bagi *Finally Found You* untuk terus mempertahankan dan meningkatkan persepsi kualitas produk, menghadirkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen, serta mengoptimalkan strategi *price bundling* agar semakin menarik di platform TikTok Shop. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku usaha *skincare* lokal dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui TikTok Shop.

Kata Kunci : *Product Innovation, Perceived Quality, Price Bundling,* Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Product Innovation, Perceived Quality, and Price Bundling on the Purchase Decision for Finally Found You skincare products among active TikTok Shop users in Surabaya. A quantitaitive research methode was employed using insidental sampling, in which data were collected from 96 respondents through an online questionnaire distributed via Google Form. Data analysis was conducted using classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the assistance of IBM SPSS Statistics version 27. The results indicate that Product Innovation, Perceived Quality, and Price Bundling each has a positive and significant effect on Purchase Decision. Simultaneously, all three variables have a positive and significant effect on Purchase Decision for Finally Found You skincare products among active TikTok Shop users in Surabaya. These findings confirm that Perceived Quality is the most dominant variable influencing consumer purchase decisions. Therefore, it is recommended that Finally Found You continue to maintain and improve product quality perception, introduce innovations relevant to consumer needs, and optimize price bundling strategies to remain attractive on the TikTok Shop platform. This study provides important insights for local skincare businesses in designing effective digital marketing strategies to enhance consumer purchase decisions through TikTok Shop.

***Keywords**: Product Innovation, Perceived Quality, Price Bundling, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Product Innovation, Perceived Quality,* dan *Price Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Finally Found You* Pada Pengguna Aktif TikTok Shop Di Surabaya"** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat, ridha, dan pertolongan-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Berkat karunia-Nya, penulis diberikan kesehatan, kekuatan, serta kemudahan hingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Yth. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu, mengembangkan potensi diri, serta menyelesaikan pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Yth. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah mendukung dan memfasilitasi berbagai kegiatan akademik sehingga penulis dapat menjalani proses perkuliahan dengan baik.
4. Yth. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, yang telah memberikan arahan, motivasi, dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan hingga tahap penyelesaian skripsi.
5. Yth. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., selaku Dosen Pembimbing Pertama, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, masukan, serta bimbingan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Yth. Bapak Drs. Agung Pujianto, M.M., selaku Dosen Pembimbing Kedua**,** yang telah berkenan memberikan arahan, wawasan, serta bimbingan yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
7. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis melalui ilmu, pengalaman, bantuan, serta pelayanan yang diberikan selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Agus dan Ibu Wida yang menjadi alasan terbesar di balik setiap perjuangan yang penulis lakukan. Doa yang tak pernah

putus, pengorbanan yang tulus, serta kepercayaan yang selalu diberikan menjadi sumber semangat untuk terus melangkah dan menyelesaikan setiap proses hingga mencapai titik ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi bentuk kecil dari kebahagiaan dan rasa bangga yang penulis persembahkan untuk kalian.

9. Saudara dan keluarga besar tercinta, yang selalu hadir dengan dukungan, perhatian, dan doa-doa terbaik. Kehangatan serta kebersamaan yang diberikan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penyusunan skripsi.
10. Sahabat dan teman-teman penulis, yaitu Ani Setiowati, Lenya Ramadhani, dan Loby Lukman, yang telah menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, cerita, tawa, serta berbagai pengalaman yang telah dibagikan. Kehadiran kalian telah menjadikan perjalanan akademik ini lebih berwarna dan penuh makna.
11. Teman-teman "Gentara", yang telah menjadi lebih dari sekadar teman selama penulis merantau dan menempuh pendidikan di Surabaya. Terima kasih atas kebersamaan, perhatian, dan rasa kekeluargaan yang diberikan. Kehadiran kalian telah menciptakan ruang yang hangat untuk bertumbuh, berbagi cerita, dan saling menguatkan, sehingga Surabaya terasa seperti rumah kedua bagi penulis.
12. Seluruh responden penelitian, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Kontribusi yang diberikan menjadi bagian penting dalam keberhasilan dan kelancaran proses penelitian yang dilakukan oleh penulis.
13. Kepada diriku sendiri Sarah Nabilla Khoirunisa W, terima kasih telah bertahan dan terus melangkah hingga berada di titik ini. Perjalanan ini tidak selalu mudah, ada banyak tantangan, keraguan, dan proses yang harus dilewati. Namun, setiap usaha yang dilakukan akhirnya mengantarkan pada pencapaian yang hari ini dapat dirasakan. Dengan penuh rasa syukur dan bangga, skripsi ini menjadi saksi atas terwujudnya salah satu mimpi besar dalam hidup, yaitu menjadi sarjana pertama dalam keluarga. Bukan sekadar gelar yang diraih, tetapi juga sebuah langkah yang diharapkan dapat membuka jalan, memberikan inspirasi, dan menjadi kebanggaan bagi keluarga. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari banyak hal baik yang akan datang dan pengingat bahwa setiap mimpi layak untuk diperjuangkan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang.

Surabaya, 29 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iv**
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
RIWAYAT HIDUP ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
KATA PENGANTAR ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xvii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 16
1.3 Tujuan Penelitian 17
1.4 Manfaat Penelitian 17
1.5 Sistematika Pembahasan 18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **19**
2.1 Penelitian Terdahulu 19
2.2 Landasan Teori 34
2.2.1 Manajemen Pemasaran 34
2.2.2 Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* 38
2.2.3 Digital Marketing 39
2.2.4 Konsep Produk 40
2.2.5 *Product Innovation* (Inovasi Produk) 41
2.2.6 *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas) 45
2.2.7 *Price Bundling* (Harga Paket) 48
2.2.8 Perilaku Konsumen 50
2.2.9 Keputusan Pembelian 54
2.3 Konseptualisasi Variabel dan Definisi Operasional 59
2.3.1 Konseptualisasi Variabel 59
2.3.2 Definisi Operasional 59

2.4 Pola Hubungan Antar Variabel 62
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran 65
2.6 Hipotesis 66
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 69
3.1 Rancangan Penelitian 69
3.2 Populasi dan Sampel 70
3.2.1 Populasi 70
3.2.2 Sampel 70
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian 71
3.3.1 Skala Pengukuran 71
3.3.2 Instrumen Penelitian 73
3.4 Jenis dan Sumber Data 74
3.4.1 Jenis Data 74
3.4.2 Sumber Data 75
3.5 Teknik Pengumpulan Data 75
3.6 Teknik Analisis Data 76
3.6.1 Uji Asumsi Klasik 76
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda 77
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2) 78
3.6.4 Uji t (Parsial) 78
3.6.5 Uji F (Simultan) 79
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN 80
4.1 Penyajian Data 81
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 81
4.1.2 Karakteristik Responden 83
4.1.3 Uji Instrumen 86
4.2 Tabulasi Data 88
4.2.1 Tabulasi Data *Product Innovation* (X1) 88
4.2.2 Tabulasi Data *Perceived Quality* (X2) 92
4.2.3 Tabulasi Data *Price Bundling* (X3) 95
4.2.4 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y) 99
4.2.5 Analisis Rata-Rata Tabulasi *Product Innovation* (X1) 103
4.2.6 Analisis Rata-Rata Tabulasi *Perceived Quality* (X2) 105
4.2.7 Analisis Rata-Rata Tabulasi *Price Bundling* (X3) 108
4.2.8 Analisis Rata-Rata Tabulasi Keputusan Pembelian (Y) 109
4.3 Analisis Data 111
4.3.1 Uji Asumsi Klasik 111
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda 118

4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 120
4.3.4 Uji Hipotesis 121
4.4 Pembahasan 126
4.4.3 Pengaruh *Product Innovation* Terhadap Keputusan Pembelian 126
4.4.4 Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian 127
4.4.5 Pengaruh *Price Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian 128
4.4.6 Pengaruh *Product Innovation, Perceived Quality,* dan *Price Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian 129
BAB V PENUTUP 131
5.1 Kesimpulan 131
5.2 Rekomendasi 132
DAFTAR PUSTAKA 135
LAMPIRAN 143

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 19
Tabel 2. 2 Konseptualisasi Variabel dan Definisi Operasional 61
Tabel 3. 1 Skala Likert Lima Poin 72
Tabel 3. 2 Kelas Interval 72
Tabel 3. 3 Kriteria Validitas Instrumen 74
Tabel 3. 4 Kriteria Uji Reliabilitas 74
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 83
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 84
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 84
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 85
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk 85
Tabel 4. 6 Pengujian Validitas Instrumen 86
Tabel 4. 7 Pengujian Reliabilitas Instrumen 87
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Responden berdasarkan variabel *Product Innovation* (X1) 88
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Responden berdasarkan variabel *Perceived Quality* (X2) 92
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Responden berdasarkan variabel *Price Bundling* (X3) ... 96
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Responden berdasarkan variabel Keputusan Pembelian (Y) 100
Tabel 4. 12 Tabulasi Nilai Rata-Rata Variabel *Product Innovation* (X1) 104
Tabel 4. 13 Tabulasi Nilai Rata-Rata Variabel *Perceived Quality* (X2) 106
Tabel 4. 14 Tabulasi Nilai Rata-Rata Variabel *Price Bundling* (X3) 108
Tabel 4. 15 Tabulasi Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y) 110
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas *Product Innovation* (X1) 112
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas Perceived Quality (X2) 112
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linearitas *Price Bundling* (X3) 113
Tabel 4. 19 Hasil Uji Normalitas 114
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas 117
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 119
Tabel 4. 22 Nilai Koefisien Determinasi (R^2) 120
Tabel 4. 23 Hasil Uji t (Parsial) 122
Tabel 4. 24 Hasil Uji F (Simultan) 125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Top 10 Penjualan *Skincare* di TikTok Shop 2
Gambar 1. 2 Data Jumlah Usaha *E-commerce* 5
Gambar 1. 3 Bagan Transaksi *E-commerce* Indonesia 2019-2024 6
Gambar 1. 4 Data *E-commerce* Paling Sering di Akses 7
Gambar 1. 5 Daftar Negara Dengan Transaksi Terbesar di TikTok Shop 2024 8
Gambar 1. 6 Grafik Pendapatan Produk *Skincare* di Indonesia 9
Gambar 1. 7 Akun TikTok *Finally Found You* 10
Gambar 1. 8 Inovasi Produk *Finally Found You* 11
Gambar 1. 9 Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Inovasi Produk *Finally Found You* di TikTok Shop 12
Gambar 1. 10 Rating TikTok Shop *Finally Found You* 13
Gambar 1. 11 Komentar Pengguna Produk *Finally Found You* 14
Gambar 1. 12 *Price Bundling Finally Found You* 15
Gambar 1. 13 Promo Satuan dan *Bundle Finally Found You* 15
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen 51
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir 66
Gambar 4. 1 Produk-produk *Skincare Finally Found You* 82
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram 115
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot 116
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Data Model *Scatterplot* 118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 143
Lampiran 2. Tabulasi Data 148
Lampiran 3. Uji Instrumen Penelitian 162
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik 166
Lampiran 5. Uji Hipotesis 171
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian 172
Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi 173
Lampiran 8. Surat Keterangan Bebas Laboratorium 175
Lampiran 9. SK Turnitin 176
Lampiran 10. Hasil Turnitin 177
Lampiran 11. Loa Publikasi Jurnal 178
Lampiran 12. Surat Keterangan Bebas Perpustakaan 179
Lampiran 13. Lembar Revisi Ujian Skripsi 181