

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>E. Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>8</b>
1. Kualitas produk .....	8
2. Harga penjualan.....	12
3. Promosi Digital.....	17
4. E-Commerce.....	23
5. Keputusan pembelian .....	24
6. Profil produk Skintific .....	28
<b>F. Landasan Teori .....</b>	<b>32</b>
<b>G. Kerangka Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>H. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
<b>A. Rancangan Penelitian .....</b>	<b>36</b>
<b>B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....</b>	<b>37</b>

<b>C. Populasi .....</b>	<b>38</b>
<b>D. Sampel dan Teknik Sampling .....</b>	<b>38</b>
<b>E. Alat dan Bahan Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>F. Jenis Data Penelitian.....</b>	<b>42</b>
<b>G. Prosedur Pengambilan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>H. Variabel Penelitian.....</b>	<b>43</b>
<b>I. Skala dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>44</b>
<b>J. Uji Instrumen .....</b>	<b>46</b>
<b>K. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>50</b>
<b>L. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>52</b>
<b>M. Analisis Regresi Linear .....</b>	<b>53</b>
<b>N. Uji Hipotesis.....</b>	<b>54</b>
<b>O. Koefisien Determinasi.....</b>	<b>57</b>
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
<b>A. Deskripsi Responden.....</b>	<b>58</b>
1. Gambaran karakteristik sosiodemografi responden .....	59
2. Riwayat pembelian produk Skintific .....	68
<b>B. Deskripsi Variabel Penelitian .....</b>	<b>71</b>
1. Kualitas produk .....	72
2. Harga Penjualan .....	75
3. Promosi digital .....	77
4. Keputusan pembelian .....	79
<b>C. Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>81</b>
1. Uji asumsi klasik .....	82
2. Persamaan regresi linier berganda.....	82
3. Gambaran variabel penelitian yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Skintific .....	83
<b>D. Uji Hipotesis.....</b>	<b>84</b>
1. Uji T (parsial) .....	84
2. Uji F (simultan) .....	88
3. Uji koefisien determinasi.....	90
<b>E. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>91</b>

<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>
Lampiran 1. Kuesioner Sebelum Dilakukan Pengujian Validitas.....	100
Lampiran 2. Kuesioner Setelah Dilakukan Pengujian Validitas .....	110
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk ...	120
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Harga Penjualan ..	129
Lampiran 5. Jawaban Responden Terkait Variabel Promosi Digital .....	138
Lampiran 6. Jawaban Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian .....	147
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	156
Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis ..	160
Lampiran 9. <i>Ethical Clearance</i> .....	162