

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Keputusan Pembelian	6
2. Kualitas Produk	10
3. Harga	13
4. Promosi Media Sosial.....	18
5. <i>E-Commerce</i>	23
6. Brand Azarine.....	25
F. Landasan Teori.....	29
G. Kerangka Penelitian	31
H. Hipotesis.....	32
BAB II	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Variabel Penelitian	33
C. Definisi Operasional.....	34

D. Populasi Penelitian	35
E. Sampel dan Teknik Sampling	36
F. Ukuran Sampel.....	37
G. Jenis Data Penelitian	38
H. Prosedur Pengumpulan Data	38
I. Instrumen Penelitian.....	39
J. Skala Pengukuran.....	40
K. Uji Instrumen	41
L. Analisis Data	46
M. Etika Penelitian	51
BAB III	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
B. Riwayat Pembelian Produk Kosmetik Azarine melalui <i>E-commerce</i>	63
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
1. Variabel Kualitas Produk	68
2. Variabel Harga	71
3. Variabel Promosi Media Sosial.....	73
4. Variabel Keputusan Pembelian	75
D. Uji Statistik	78
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
E. Uji Hipotesis	82
F. Uji Koefisien Determinasi	90
G. Keterbatasan Penelitian.....	93
BAB IV	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian	32
Gambar 2. Grafik Jenis Produk Kosmetik Azarine.....	64
Gambar 3. Jenis <i>E-Commerce</i> untuk Pembelian Produk Azarine.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel I.	Tabel Definisi Operasional.....	34
Tabel II.	<i>Blueprint</i> Instrumen Penelitian.....	39
Tabel III.	Skor Skala Likert.....	41
Tabel IV.	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	44
Tabel V.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	45
Tabel VI.	Interpretasi Skor Skala Likert.....	47
Tabel VII.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel VIII.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel IX.	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	55
Tabel X.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan yang Ditempuh.....	57
Tabel XI.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
Tabel XII.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	59
Tabel XIII.	Frekuensi Pembelian Produk Kosmetik Azarine melalui <i>e-commerce</i>	63
Tabel XIV.	Interval Rata-rata Keseluruhan Jawaban Responden.....	68
Tabel XV.	Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel XVI.	Nilai Rata-rata Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	70
Tabel XVII.	Frekuensi Jawaban Variabel Harga.....	71
Tabel XVIII.	Nilai Rata-rata Jawaban Variabel Harga.....	72
Tabel XIX.	Frekuensi Jawaban Variabel Promosi Media Sosial.....	73
Tabel XX.	Nilai Rata-rata Jawaban Variabel Promosi Media Sosial.....	74
Tabel XXI.	Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel XXII.	Nilai Rata-rata Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	77
Tabel XXIII.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel XXIV.	Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	84
Tabel XXV.	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	85
Tabel XXVI.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-square</i>).....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Informasi dan Persetujuan Keterlibatan (<i>Informed Consent</i>)	105
Lampiran 2. Lembar Kuesioner.....	106
Lampiran 3. Data Mentah Jawaban Variabel Responden	114
Lampiran 4. Hasil Uji Korelasi Pearson dan Uji Reabilitas.....	133
Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden	137
Lampiran 6. Hasil Regresi Linear Berganda	139
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis.....	140
Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	140
Lampiran 9. <i>Ethical Clearance</i>	141