

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Manajemen	12
2.1.2 Fungsi Manajemen	12
2.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.3 Pengertian E-Commerce.....	13
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13

2.3.2	Marketplace	14
2.4	Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.4.1	Tujuan Kualitas Produk	14
2.4.2	Bauran produk.....	15
2.4.3	Dimensi dan Indikator kualitas produk.....	16
2.5	Pengertian Harga.....	18
2.5.1	Dimensi dan Indikator Harga.....	19
2.6	Pengertian keputusan pembelian.....	19
2.7	Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.8	Kerangka pemikiran	23
2.8.1	Korelasi antara kualitas produk dengan harga	23
2.8.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.8.3	Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian.....	25
2.8.4	Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	25
2.9	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.2.2	Waktu Penelitian	30
3.3	Operasional Variabel.....	31
3.3.1	Definisi konseptual	31
3.3.2	Definisi operasional.....	31
3.3.3	Alat ukur	32
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	36
3.4.1	Populasi Penelitian	36
3.4.2	Sampel Penelitian	36
3.4.3	Teknik sampling.....	37
3.5	Pengumpulan Data Penelitian	38
3.5.1	Sumber Data Penelitian	38
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	38

3.5.3	Instrumen Penelitian	39
3.5.3.1	Uji Validitas	40
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	40
3.6	Analisis Data	40
3.6.1	Rancangan Analisis	41
3.6.1.1	Analisis Deskriptif	41
3.6.1.2	Transformasi Data	43
3.6.1.3	Analisis Verifikatif	43
3.6.2	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Profil Lokus Penelitian	49
4.1.1.1	Sejarah Tokopedia	49
4.1.2	Profil responden	50
4.1.2.1	Profil responden berdasarkan jenis kelamin	50
4.1.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.3	Hasil pengujian Instrumen Uji Validitas	51
4.1.3.1	Uji Reabilitas	54
4.1.4	Analisis Deskriptif	55
4.1.4.1	Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk	67
4.1.4.2	Rekapitulasi Variabel Harga	79
4.1.4.3	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	90
4.1.5	Transformasi Data	91
4.1.6	Uji Normalitas Data	91
4.1.7	Analisis Verifikatif	92
4.1.7.1	Korelasi Kualitas Produk (X1) dengan Harga (X2)	92
4.1.7.2	Analisis Jalur (Path Analysis)	94
4.1.7.2.1	Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) ...	94
4.1.7.2.2	Pengaruh Parsial Harga (X ₂) terhadap keputusan pembelian (Y)	95
4.1.7.2.3	Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	95
4.1.8	Penguji Hipotesis	97

4.1.8.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Parsial (Uji t)	97
4.1.8.1.1 Pengujian hipotesis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	98
4.1.8.1.2 Pengujian hipotesis Pengaruh Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	98
4.1.8.2 Pengujian hipotesis Pengaruh Variabel Secara Simultan (Uji F).....	99
4.1.8.2.1 Hipotesis Pengaruh kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	99
4.1.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R2)	100
4.2. Pembahasan Penelitian.....	100
4.2.1 Pembahasan Deskriptif	100
4.2.2 Pembahasan Verifikatif.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	18
Menurut pendapat peneliti.....	18
Tabel 2.2 Dimensi dan Indikator Harga.....	19
Menurut pendapat peneliti.....	19
Tabel 2.3 Dimensi dan Indikator Keputusan pembelian	20
Menurut pendapat peneliti.....	20
Tabel 2.4 Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	30
Tabel 3.2 Operasional Varibel.....	35
Tabel 3.3 Hasil Pra Survey Penelitian	36
Tabel 3.4 Perhitungan Sampling	37
Dengan menggunakan Proporsional Random Sampling.....	37
Tabel 3.5 Rentang Skala.....	42
Tabel 3.6 Pedoman interpretasi koefisien korelasi.....	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Usia Responden	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.7 Produk yang dijual di Tokopedia	55

Sesuai dengan yang diinginkan konsumen	55
Tabel 4.8 Produk yang ada di Tokopedia.....	56
Tahan lama dan tidak mudah rusak	56
Tabel 4.9 Produk yang dijual di Tokopedia memiliki pengembangan pesat dalam penilaian konsumen.....	57
Tabel 4.10 Setiap produk yang di jual di Tokopedia memiliki kelebihan baik dari kualitas, variasi, maupun desain.....	58
Tabel 4.11 Produk yang dijual di Tokopedia memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang dijual di e-commerce lainnya.....	59
Tabel 4.12 Produk yang dijual di Tokopedia dapat digunakan sesuai dengan fungsinya	60
Tabel 4.13 Produk yang dijual di Tokopedia telah sesuai dengan standar	61
Tabel 4.14 Produk yang dijual di Tokopedia bertahan lama pada setiap pemakaian ..	62
Tabel 4.15 Produk yang dijual di Tokopedia memiliki jangka anjang pada produk.....	63
Tabel 4.16 Tampilan produk yang dijual di Tokopedia mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.....	64
Tabel 4.17 Tampilan produk yang dijual di Tokopedia membuat konsumen melakukan pembelian ulang	65
Tabel 4.18 Tampilan produk yang ada di aplikasi Tokopedia sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen.....	66
Tabel 4.19 Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4.20 Saat membeli produk di Tokopedia harga produk yang diterima konsumen sesuai dengan yang ditawarkan	69
Tabel 4.21 Harga produk yang dijual di Tokopedia relatif murah	70
Tabel 4.22 Harga produk yang dijual di Tokopedia terjangkau konsumen	71

Tabel 4.23 Harga produk yang dijual Tokopedia lebih murah daripada harga produk yang dijual di E-commerce lainnya.....	72
Tabel 4.24 Harga produk yang dijual di Tokopedia relatif tetap dari waktu ke waktu	73
Tabel 4.25 Harga produk yang dijual di Tokopedia tidak mudah berubah walaupun memiliki ulasan dan penilaian yang tinggi dari konsumen	74
Tabel 4.26 Harga produk sesuai dengan kualitas produk tersebut	75
Tabel 4.27 Harga produk yang dijual di Tokopedia sesuai dengan harapan konsumen	75
Tabel 4.28 Harga produk yang dijual Tokopedia sesuai dengan nilai produknya	76
Tabel 4.29 Harga produk yang dijual Tokopedia sesuai dengan manfaat produknya .	77
Tabel 4.30 Rekapitulasi Variabel Harga	79
Tabel 4.31 Sebelum melakukan pembelian saya mempertimbangkan keadaan pada produk dan harga yang di jual.....	81
Tabel 4.32 Saya membeli produk di Tokopedia karena membutuhkan produk tersebut	82
Tabel 4.33 Tokopedia menyediakan produk yang dicari konsumen	83
Tabel 4.34 Mencari informasi tentang produk yang akan dibeli sebelum melakukan keputusan pembelian	84
Tabel 4.35 Saat berbelanja di Tokopedia konsumen dapat memilih produk	84
Tabel 4.36 Di Tokopedia konsumen dapat mengumpulkan informasi tentang berbagai merek.....	85
Tabel 4.37 Produk yang tersedia di Tokopedia membuat konsumen memutuskan untuk berbelanja	86
Tabel 4.38 Produk di Tokopedia bagus-bagus.....	87
Tabel 4.39 Saya memiliki koleksi produk dari Tokopedia	88
Tabel 4.40 Saya selalu puas setelah membeli produk di Tokopedia	89

Tabel 4.41 Rekapitulasi variabel Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.42 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4.43 Uji Koefisien Korelasi Antara Kualitas Produk dan Harga	93
Tabel 4.44 <i>Output</i> Analisi Jalur	94
Tabel 4.45 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)	95
Tabel 4.46 Hasil Perhitungan Jalur	96
Tabel 4.46 Uji t	97
Tabel 4.47 Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	98
Tabel 4.48 Pengaruh Parsial Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	98
Tabel 4.49 Pengaruh Simultan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)	99
Tabel 4.50 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-Commerce terbaik	2
Berdasarkan kunjungan kuartal I – 2021	2
Gambar 1.2 E-Commerce terbaik	3
Berdasarkan kunjungan kuartal I – 2020	3
Gambar 1.3 Peta persaingan	4
E-commerce Indonesia 2020	4
Gambar 1.4 Hasil prasurvey.....	6
Pengguna e-commerce Tokopedia pada Karyawan PT. CSI	6
Gambar 1.5 Hasil pra kuisisioner	7
Yang memilih berbelanja di Tokopedia.....	7
Gambar 1.6 Hasil Prasurvey.....	7
Kualitas produk yang ada di Tokopedia.....	7
Gambar 1.7 Hasil Prasurvey.....	8
Harga produk yang ada di Tokopedia.....	8
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	26
Gambar 3.1 Langkah – langkah penelitian	29
Gambar 3.2 Bar Scale	42
Gambar 3.3 Analisis jalur	44
Gambar 4.1 Logo Tokopedia	50
Gambar 4.2 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia	56
Sesuai dengan yang diinginkan konsumen	56

Gambar 4.3 Bar scale Produk yang ada di Tokopedia	57
Tahan lama dan tidak mudah rusak	57
Gambar 4.4 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia memiliki pengembangan pesat dalam penilaian konsumen	58
Gambar 4.5 Bar scale Setiap produk yang di jual di Tokopedia memiliki kelebihan baik dari kualitas, variasi, maupun desain	59
Gambar 4.6 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang dijual di e-commerce lainnya.....	60
Gambar 4.7 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia dapat digunakan sesuai dengan fungsinya	61
Gambar 4.8 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia telah sesuai dengan standar .	61
Gambar 4.9 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia bertahan lama pada setiap pemakaian	62
Gambar 4.10 Bar scale Produk yang dijual di Tokopedia memiliki jangka Panjang pada produk.....	63
Gambar 4.11 Bar scale Tampilan produk yang dijual di Tokopedia mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian	64
Gambar 4.12 Bar scale Tampilan produk yang dijual di Tokopedia membuat konsumen melakukan pembelian ulang	65
Gambar 4.13 Bar scale Tampilan produk yang ada di aplikasi Tokopedia sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen	66
Gambar 4.14 Bar scale rentang skala variabel Kualitas Produk	69
Gambar 4.15 Bar scale Saat membeli produk di Tokopedia, harga produk yang diterima konsumen sesuai dengan yang ditawarkan.....	70
Gambar 4.16 Bar scale Harga produk yang dijual di Tokopedia relatif murah	70
Gambar 4.17 Bar scale Harga produk yang dijual di Tokopedia terjangkau konsumen	71

Gambar 4.18 Bar scale Harga produk yang dijual Tokopedia lebih murah daripada harga produk yang dijual di E-commerce lainnya	72
Gambar 4.19 Bar scale Harga produk yang dijual di Tokopedia relatif tetap dari waktu ke waktu	73
Gambar 4.20 Bar scale Harga produk yang dijual di Tokopedia tidak mudah berubah walaupun memiliki ulasan dan penilaian yang tinggi dari konsumen	74
Gambar 4.21 Bar scale Harga produk sesuai dengan kualitas produk tersebut	75
Gambar 4.22 Bar scale Harga produk yang dijual di Tokopedia sesuai dengan harapan konsumen.....	76
Gambar 4.23 Bar scale Harga produk yang dijual Tokopedia sesuai dengan nilai produknya	77
Gambar 4.24 Bar scale Harga produk yang dijual Tokopedia sesuai dengan manfaat produknya	78
Gambar 4.25 Bar scale rentang skala variabel Harga Produk.....	80
Gambar 4.26 Bar scale Sebelum melakukan pembelian saya mempertimbangkan keadaan pada produk dan harga yang di jual	81
Gambar 4.27 Bar scale Saya membeli produk di Tokopedia karena membutuhkan produk tersebut.....	82
Gambar 4.28 Bar scale Tokopedia menyediakan produk yang dicari konsumen	83
Gambar 4.29 Bar scale Tokopedia menyediakan produk yang dicari konsumen	84
Gambar 4.30 Bar scale Saat berbelanja di Tokopedia konsumen dapat memilih produk	85
Gambar 4.31 Bar scale Di Tokopedia konsumen dapat mengumpulkan informasi tentang berbagai merek	86
Gambar 4.32 Bar scale Produk yang tersedia di Tokopedia membuat konsumen memutuskan untuk berbelanja	87
Gambar 4.33 Bar scale Produk di Tokopedia bagus-bagus.....	88

Gambar 4.34 Bar scale Saya memiliki koleksi produk dari Tokopedia.....	89
Gambar 4.35 Bar scale Saya selalu puas setelah membeli produk di Tokopedia	89
Gambar 4.36 <i>Bar scale</i> rentang skala variabel Keputusan Pembelian	91
Gambar 4.37 Korelasi Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2).....	93
Gambar 4.38 Koefisien Jalur Kualitas Produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)	94
Gambar 4.39 Koefisien Jalur Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).....	95
Gambar 4.40 Koefisien Jalur Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap keputusan pembelian (Y).....	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian	112
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	113
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	120
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas Data	128
Lampiran 5 Uji Koefisien Korelasi Antara Kualitas Produk (X^1) dan Harga (X^2)	129
Lampiran 6 Output Analisa Jalur.....	129
Lampiran 7 Uji F (Simultan).....	129
Lampiran 8 Uji Determinasi (Uji R^2).....	129

