

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYTAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.1 Latar Belakang	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.0
1.4 Perumusan Masalah.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.0
1.5 Tujuan Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.1
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Manajemen.....	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Promosi	17
2.1.4 Kualitas Pelayanan Aplikasi	20
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	24

2.3	Kerangka Pemikiran	30
2.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.3	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Aplikasi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	36
3.3	Definisi Dan Operasional Variabel	36
3.3.1	Definisi Operasional Promosi	36
3.3.2	Definisi Operasional Kualitas Pelayanan Aplikasi	37
3.3.3	Definisi Operasional Keputusan Pembelian.....	37
3.4	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Sumber Data.....	37
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.3	Instrumen Penelitian.....	39
3.5	Teknik Penentuan Data	41
3.5.1	Populasi Penelitian.....	41
3.5.2	Sampel Penelitian.....	41
3.5.3	Teknik Sampling	42
3.6	Pengujian Keabsahan Data	42
3.6.1	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	42
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.7	Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis	46
3.7.1	Rancangan Analisis.....	46
3.7.2	Uji Hipotesis	48
BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		51
4.1	Lokus Penelitian	51
4.1.1	Profil Shopee.....	51
4.1.2	Logo Perusahaan.....	52

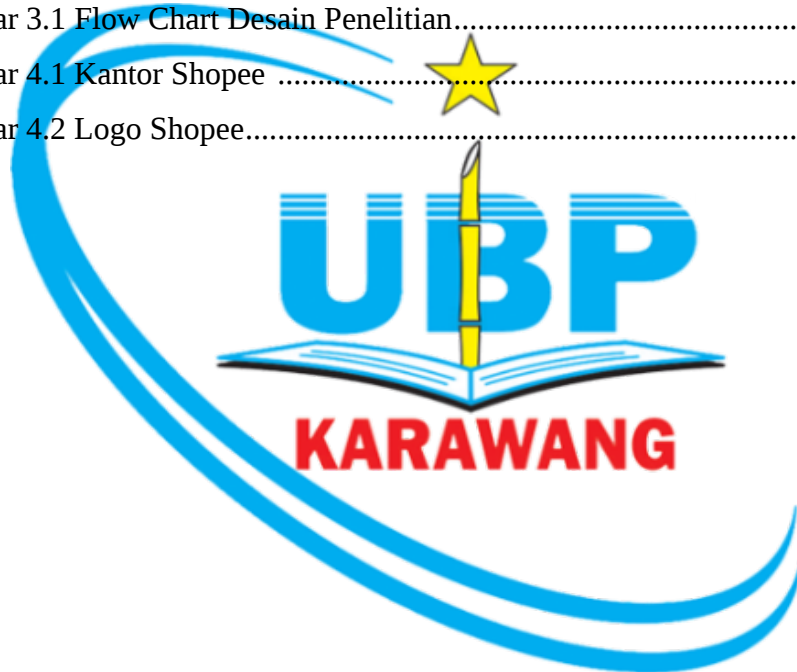
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan.....	52
4.2 Profil Responden	53
4.3 Hasil Pengujian Keabsahan Data	55
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	55
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	59
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	60
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.5 Analisis Deskriptif.....	62
4.5.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	66
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	67
4.6 Uji Hipotesis.....	68
4.6.1 Uji T (Parsial)	68
4.6.2 Uji F (Simultan)	69
4.7 Pembahasan Penelitian	70
4.7.1 Pembahasan Deskriptif	70
4.7.2 Pembahasan Verifikatif	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrument Keterkaitan Antara Promosi Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Dengan Keputusan Pembelian	40
Tabel 3.2 Kategori Nilai Mean	47
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Profil Berdasarkan Kelas	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Promosi	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Aplikasi	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Aplikasi	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Spearman's	62
Tabel 4.13 Skala Likert	63
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Item Variabel Promosi	63
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Item Variabel Kualitas Pelayanan Aplikasi	64
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	66
Hasil 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinan	68
Hasil 4.19 Hasil Uji T (Parsial)	69
Hasil 4.20 Hasil Uji F (Simultan)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Tingkat Penetrasi <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2017-2023.....	2
Gambar 1.2 Daftar E-Commerce populer di Indonesia 2021	4
Gambar 1.3 Ulasan netizen yang memakai aplikasi shopee	6
Gambar 1.4 Ulasan netizen yang memakai aplikasi shopee	7
Gambar 1.5 Pengguna Online Shop di Indonesia	9
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	16
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Flow Chart Desain Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Kantor Shopee	51
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	82
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Promosi (X1)	87
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan Aplikasi (X2)	93
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	99
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1)	105
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelyanan Aplikasi (X2)	107
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	109
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1).....	111
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan Aplikasi (X2).	112
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	113
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	114
Lampiran 12. Hasil Uji Multikolinearitas	114
Lampiran 13. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	114
Lampiran 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman.....	115
Lampiran 15. Distribusi Nilai T Tabel	116
Lampiran 16. Distribusi Nilai F Tabel	117
Lampiran 17. Hasil Turnitin.....	118