

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 Teori Keputusan Pembelian	20
2.1.4 Teori Kualitas Produk	23
2.1.5 Teori Harga.....	26
2.1.6 Teori Kualitas Layanan	29
2.2 Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Teori.....	34

2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	34
2.3.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	35
2.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	36
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk UMKM, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	36
2.4	Pengembangan Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
3.1.1	Waktu Penelitian	39
3.1.2	Tempat Penelitian.....	39
3.2	Desain Penelitian.....	39
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel.....	41
3.4	Pengembangan Instrumen	42
3.4.1	Keputusan Pembelian (Y)	42
3.4.2	Kualitas Produk UMKM (X1)	44
3.4.3	Harga (X2)	45
3.4.4	Kualitas Layanan (X3)	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1	Analisis Deskriptif	48
3.6.2	Uji Instrumen	48
3.6.3	Uji Prasyarat Analisis.....	49
3.6.4	Uji Asumsi Klasik	50
3.6.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52

3.6.6	Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Deskripsi Data.....	55
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Profil Responden.....	55
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif	59
4.2	Hasil Penelitian	71
4.2.1	Hasil Uji Instrumen	71
4.2.2	Hasil Uji Prasyarat Analisis	74
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	77
4.2.4	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis	81
4.3	Pembahasan.....	85
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	85
4.3.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	85
4.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	86
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk UMKM, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi <i>Social Commerce</i>	87
BAB V PENUTUP.....		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Implikasi.....	88
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	89
5.2.2	Implikasi Praktis	91
5.3	Keterbatasan Penelitian	92
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	92
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>GMV E-commerce in Southeast Asia 2023</i>	2
Gambar 1.2 Platform <i>Social Commerce</i> yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2022	4
Gambar 1.3 Progres Kemitraan TikTok Shop dan Tokopedia	7
Gambar 1.4 Demografi Wilayah Pengguna TikTok di Indonesia	7
Gambar 1.5 Demografi Usia Pengguna TikTok di Seluruh Dunia Tahun 2023.....	8
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1 Grafik Histogram Variabel Keputusan Pembelian	60
Gambar 4.2 Grafik Histogram Variabel Kualitas Produk UMKM	63
Gambar 4.3 Grafik Histogram Variabel Harga.....	66
Gambar 4.4 Grafik Histogram Kualitas Layanan	69
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Probability Plot (P-Plot).....	75
Gambar 4.6 Hasil Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	79

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Rincian Populasi Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian	43
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk UMKM	44
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Harga	45
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Layanan	46
Tabel 3.6 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna TikTok Shop.....	57
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian di TikTok Shop.....	58
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di TikTok Shop	58
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.10 Rata-Rata Skor Indikator Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Kualitas Produk UMKM	62
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk UMKM.....	62
Tabel 4.13 Rata-Rata Skor Indikator Kualitas Produk UMKM.....	64
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Harga	65
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Harga.....	65
Tabel 4.16 Rata-Rata Skor Indikator Harga	67
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Kualitas Layanan	68
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan	68
Tabel 4.19 Rata-Rata Skor Indikator Kualitas Layanan.....	70

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk UMKM	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	72
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	75
Tabel 4.26 Hasil Uji Linearitas	76
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.28 Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.29 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4.30 Hasil Uji T (Parsial)	82
Tabel 4.31 Hasil Uji F (Simultan)	83
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	84



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner.....	106
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	115
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk UMKM (X1)	116
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	117
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X3).....	118
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	119
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk UMKM (X1).....	119
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	119
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X3).....	119
Lampiran 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	119
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas Probability Plot (P-Plot).....	120
Lampiran 13. Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk UMKM (X1)* Keputusan Pembelian (Y)	120
Lampiran 14. Hasil Uji Linearitas Variabel Harga (X2)* Keputusan Pembelian (Y)	120
Lampiran 15. Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Layanan (X3)* Keputusan Pembelian (Y)	120
Lampiran 16. Hasil Uji Multikolinearitas	121
Lampiran 17. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	121
Lampiran 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)	121
Lampiran 19. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	121
Lampiran 20. Hasil Uji T (Parsial).....	122
Lampiran 21. Hasil Uji F (Simultan)	122
Lampiran 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	122
Lampiran 23. Kartu Konsultasi Bimbingan	123
Lampiran 24. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	124
Lampiran 25. Lembar Saran dan Perbaikan Skripsi	125
Lampiran 26. Hasil Turnitin.....	126
Lampiran 27. Daftar Riwayat Hidup.....	127