

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Penelitian .....	16
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	17
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	17
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....</b>	<b>18</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	18
2.1.1 Administrasi Bisnis .....	18
2.1.2 Pemasaran .....	18
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.4 Digital Marketing.....	19
2.1.5 <i>Marketplace</i> .....	20
2.1.6 Promosi .....	21
2.1.7 Kualitas Produk.....	24
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>

3.1	Paradigma Penelitian .....	35
3.2	Metode Penelitian .....	36
3.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	37
3.3.1	Variabel Penelitian.....	37
3.3.2	Operasionalisasi Variabel .....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1	Data Primer .....	41
3.4.2	Data Sekunder .....	43
3.4.3	Populasi dan Sampel .....	44
3.5	Teknik Analisis Data.....	46
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	46
3.5.2	Uji Instrumen Penelitian .....	48
3.5.3	Uji Hipotesis .....	54
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	59
4.1.2	Sejarah Airin Beauty .....	59
4.1.3	Produk Airin Beauty .....	61
4.1.4	Struktur Organisasi .....	63
4.1.5	Karakteristik Responden .....	66
4.2	Promosi Penjualan Pada Airin Beauty di Kota Bandung.....	67
4.2.1	Iklan .....	68
4.2.2	Promosi Penjualan.....	71
4.2.3	Penjualan Personal .....	74
4.2.4	Hubungan Masyarakat .....	76
4.2.5	Pemasaran Langsung.....	79
4.2.6	Analisis Skor Variabel $X_1$ Pomosi Penjualan .....	81
4.3	Kualitas Produk Pada Airin Beauty di Kota Bandung .....	84
4.3.1	Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	85
4.3.2	Fitur ( <i>Features</i> ).....	88
4.3.3	Keandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	90
4.3.4	Kesesuaian dengan sertifikasi ( <i>Confirmance to specification</i> ) .....	92
4.3.5	Daya Tahan ( <i>Durability</i> ).....	94
4.3.6	Kemampuan Diperbaiki ( <i>Serviceability</i> ).....	96

4.3.7	Estetika ( <i>Aesthetics</i> ).....	98
4.3.8	Kualitas yang dirasakan ( <i>Perceived Quality</i> ).....	100
4.3.9	Analisis Skor Variabel X <sub>2</sub> Kualitas Produk .....	102
4.4	Keputusan Pembelian Pada Airin Beauty di Kota Bandung .....	105
4.4.1	Sesuai Kebutuhan.....	106
4.4.2	Mempunyai Manfaat .....	108
4.4.3	Keputusan yang tepat dalam membeli .....	110
4.4.4	Pembelian Berulang .....	112
4.4.5	Analisis Skor Variabel Y Keputusan Pembelian .....	114
4.5	Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Airin Beauty pada Marketplace Shopee di Kota Bandung .....	117
4.5.1	Analisis Alat Instrumen .....	117
4.5.1.1	Uji Validitas .....	118
4.5.1.2	Uji Reabilitas Intrumen .....	120
4.5.2	Analisis Data .....	121
4.5.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	121
4.5.2.2	Uji Koefisien Kolerasi Rank Spearman .....	122
4.5.2.3	Koefisien Determinasi.....	124
4.5.2.4	Uji Hipotesis .....	127
4.6	Hambatan dan Upaya Airin Beauty di Kota Bandung .....	129
4.6.1	Hambatan yang dihadapi Airin Beauty di Kota Bandung.....	129
4.6.2	Upaya untuk mengatasi hambatan Airin Beauty di Kota Bandung .....	131
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>132</b>
5.1	Kesimpulan .....	132
5.2	Saran .....	135
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	135
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>138</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>140</b>