

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang karena anugrah dan kebaikan-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, Penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, Penulis tidak lupa untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai selama melaksanakan dan menyelesaikan proses penyusunan laporan Proposal Skripsi hingga akhirnya boleh selesai dengan baik.
2. Prof. Dr. Johanis Ohoitumur sebagai Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado.
3. Dr. Ivonne Angelic Umboh, S.E., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado.
4. Patricia G. J. Petrus, S.E., M.M. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik De La Salle Manado. Dan sebagai dosen pembimbing 2.
5. Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.) sebagai pembimbing 1.
6. Kepada keluarga saya yang selalu membantu dan memotivasi saya dalam melaksanakan Penelitian Skripsi.
7. Kepada grup NOX yang selalu menghibur dalam proses penyusunan laporan Skripsi ini.

8. Kepada grup Power Ranger & Cenni Willar yang membantu dan menemani dalam proses penyusunan laporan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang sudah membantu Penulis yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu.

Demikian beberapa hal yang Penulis sampaikan. Penulis menyadari dalam penyusunan laporan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu Penulis memohon maaf apabila ada kesalahan serta ketidaksesuaian kalimat. Maka dari itu penulis menerima kritikan dan saran yang akan diberikan. Atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Manado, 1 Juni 2024

Leonardo Edward Theja Atmaja

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Batasan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoretis	8
1.6.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1. Pendahuluan.....	10
2.2. Manajemen.....	10

2.3. Kewirausahaan.....	11
2.6. Kualitas Pelayanan.....	14
2.6.1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	14
2.6.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.7. Ketersediaan Produk.....	16
2.7.1. Definisi Ketersediaan Produk.....	16
2.7.2. Indikator-indikator Ketersediaan produk.....	17
2.8. <i>Digital Marketing</i>	18
2.8.1. Definisi <i>Digital Marketing</i>	18
2.8.2. Indikator <i>Digital Marketing</i>	19
2.9. Keputusan Pembelian.....	21
2.9.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.9.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.10 Penelitian Terdahulu.....	23
2.11. Model Penelitian Empirik.....	33
2.12. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Pendahuluan.....	38
3.2. Objek Penelitian dan jangka waktu penelitian.....	38
3.2.1. Objek Penelitian.....	38
3.2.2. Jangka Waktu Penelitian.....	39
3.3. Jenis penelitian serta data dan sumber data penelitian.....	39
3.3.1. Jenis Penelitian.....	39
3.3.2. Data dan sumber data penelitian.....	40
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.4.1. Populasi.....	40

3.4.2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	41
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6. Skala Pengukuran Data kuesioner	43
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	43
3.7.1. Uji Validitas	43
3.7.2. Uji Reliabilitas	44
3.8. Definisi Variabel Penelitian.....	45
3.8.1. Definisi Operasional	45
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.9.1. Uji Normalitas	49
3.9.2. Uji Multikolinearitas	49
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas	50
3.10. Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.11. Uji Hipotesis.....	51
3.11.1. Uji T.....	51
3.11.2 Uji Simultan (Uji F).....	52
3.11.3 Uji koefisien korelasi berganda (R) & Koefisien Determinasi (R ²)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	55
4.1 Pendahuluan.....	55
4.2 Proses dan Hasil Analisis.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden	55
4.2.2 Uji Validitas	58
4.2.3 Uji Reliabilitas	59
4.2.4 Uji Normalitas.....	61
4.2.5 Uji Multikolinearitas	63
4.2.6 Uji Heteroskedastisitas.....	64

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.4 Uji Hipotesis	66
4.4.1 Uji Parsial (Uji T)	66
4.4.2 Uji Simultan (Uji F)	68
4.4.3 Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.5 Analisa Hasil dan Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	75
5.1 Pendahuluan	75
5.2 Kesimpulan dari masing-masing hipotesis dan masalah penelitian	75
5.3 Implikasi Pada Teori Manajemen	76
5.4 Implikasi Pada Kebijakan Manajemen	77
5.5 Keterbatasan Penelitian	79
5.6 Agenda Penelitian Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Ekonomi Sektor <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2019-2025)	2
Gambar 1.2 Akun Instagram Manado Beautyshop	3
Gambar 1.3 Pendapatan Penjualan Manado Beauty Shop Desember 2020 – Maret 2024	5
Gambar 1.4 Tampak Depan Manado Beauty Shop.....	6
Gambar 1.5 Tampak Dalam Manado Beauty Shop.....	6
Gambar 2.1 Model penelitian empirik.....	33
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Transaksi Manado Beauty Shop Juli 2023 – Desember 2023.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Jangka Waktu Penelitian	39
Tabel 3.2 Data Transaksi Manado Beauty Shop Juli 2023 – Desember 2023	41
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4.1 Uji Validitas	58
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	64
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.7 Uji Parsial (Uji T).....	66
Tabel 4.8 Uji Simultan (Uji F)	68
Tabel 4.9 Uji R^2 dan Uji R.....	69