

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori	9
1. Teori Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. Harga	11
4. Iklan	15
5. Kualitas Produk	21
6. Keputusan Pembelian	25
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berfikir	35
D. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan	38
B. Setting Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Definisi Operasional Variabel	40
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	42
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Multikolinearitas	44

c. Uji Heterokedastisitas	45
2. Uji Hipotesis	45
a. Analisis Linear Berganda	45
b. Koefisien Determinasi	45
c. Uji t	46
d. Uji F	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Objek Penelitian	48
1. Profil dan Sejarah Shopee	48
2. Visi dan Misi Shopee	49
B. Gambaran Umum Responden	49
1. Deskripsi Karakteristik Responden	49
2. Deskripsi Angket	50
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	59
D. Uji Asumsi Klasik	59
1. Uji Normalitas	59
2. Uji Multikolinearitas	60
3. Uji Heterokedastisitas	61
E. Uji Hipotesis	61
1. Analisis Linear Berganda	61
2. Koefisien Determinasi	63
3. Uji t	63
4. Uji F	65
F. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian	71
C. Saran	71
D. Penutup	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	49
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian Responden ..	50
Tabel 4.4 Variabel Harga	50
Tabel 4.5 Variabel Iklan	52
Tabel 4.6 Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.7 Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Non Responden	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.14 Hasil Uji t	64
Tabel 4.15 Hasil t hitung	64
Tabel 4.16 Hasil Uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2021	1
Gambar 1.2 Data Pengunjung Web <i>Marketplace</i> di Indonesia 2021	3
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Logo Shopee	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

