

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Deskripsi Teori	8
1. Minat Beli	9
2. <i>Digital Marketing</i>	11
3. <i>Usability</i>	13
4. <i>Information Quality</i>	14
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Berpikir	23
D. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
B. Sumber Data	28
C. Populasi dan Sampel.....	29
D. Identifikasi Penelitian	30
E. Definisi Operasional	31
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	34
H. Uji Asumsi Klasik	35
I. Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Gambaran Umum Responden.....	44
C. Deskripsi Data Penelitian	48
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Non Responden	57
E. Uji Asumsi Klasik	59
F. Analisis Data	63
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
BAB V SIMPULAN DAN PENUTUP	71
A. Simpulan.....	71
B. Keterbatasan Penelitian	71
C. Saran.....	71
D. Penutup	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	127



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia Tahun 2017-2021.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.2	Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	36
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	47
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Barang.....	47
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel Digital Marketing (X_1)	49
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel Usability (X_2)	51
Tabel 4.9	Frekuensi Variabel Information Quality (X_3).....	53
Tabel 4.10	Frekuensi Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinan	65
Tabel 4.17	Hasil Uji F	65
Tabel 4.18	Hasil Uji t	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung 10 Marketplace Bulanan	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Histogram	63

