

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I .PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
BAB II.TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8
2.2 Kajian Teori.....	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Keputusan Pembelian.....	15
2.2.3 E-commerce	17
2.2.4 Shopee Berbasis C2C dan B2C.....	18
2.2.5 Fitur Shopee	20
2.2.6 Impulsive Buying	28
2.2.7 Kerangka Konseptual	31
2.2.8 Hipotesis.....	32
BAB III.METODE PENELITIAN	39
3.1 Gambaran Singkat Objek Penelitian	37
3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.4 Jenis Dan Sumber Data Penelitian	39
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	39
3.6 Definisi Operasional Variabel	40
3.7 Metode Analisis Data	44
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	44
3.7.2 Uji Validitas	44
3.7.3 Uji Reabilitas.....	45

3.8	Uji Asumsi Klasik	46
3.8.1	Uji Normalitas	46
3.8.2	Uji Multikolinieritas	47
3.8.3	Uji Heteroskedasistas	48
3.9	Uji Linier Berganda	48
3.10	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.11	Uji Hipotesis	49
3.11.1	Uji Pengaruh Simultan (Uji f)	49
3.11.2	Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	49
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Analisis Deskriptif Responden	48
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.3	Instrumen Data	62
4.3.1	Uji Instrumen Data	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	64
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.3.5	Uji Hipotesis	71
4.4	Interpretasi	74
BAB V. PENUTUP		79
5.1	Simpulan	79
5.2	Implikasi	80
5.3	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan penelitian terdahulu yang relevan	13
Tabel 2.2 Kategori E-commerce	19
Tabel 3.1 Rekapitulasi variabel indikator	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.2 Asal Perguruan Tinggi Responden	49
Tabel 4.3 Asal Fakultas Responden	50
Tabel 4.4 Tahun Angkatan Responden	51
Tabel 4.5 Lama Penggunaan Aplikasi Shopee	52
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian Responden	53
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Terhadap Penggunaan Fitur Flash Sale	54
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Terhadap Penggunaan Fitur Gratis Ongkir	56
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Terhadap Penggunaan Fitur Cashback	57
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Terhadap Penggunaan Fitur ShopeePay	58
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Terhadap Penggunaan Fitur Shopee Paylater	60
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Terhadap Perilaku Impulsive Buying	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedasitas	73
Tabel 4.18 Hasil Uji Linier Berganda	74
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (f)	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial (f)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 Grafik penggunaan Shopee	2
Gambat 1.2 Statistik hasil penjualan E-commerce	3
Gambar 2.1 Alur P2P	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	
Lampiran 3. Deskripsi Responden	
Lampiran 4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	
Lampiran 5. Uji Validitas	
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	
Lampiran 7. Uji Normalitas	
Lampiran 8. Uji Multikolonieritas, Uji Heteroskedasitas	
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi (R ²)	
Lampiran 10. Uji T, Uji F	
Lampiran 11. R tabel	
Lampiran 12. F tabel	
Lampiran 13. Pertanyaan Wawancara.....	
Lampiran 14. Jawaban Hasil Wawancara.....	