

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN.....	
SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN DOSEM PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
RINGKASAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Keputusan Pembelian	13
2.2.2 Kemudahan	18
2.2.3 Kepercayaan	20
2.2.4 Promosi.....	23
2.2.5 E- Commerce.....	25

2.3 Kerangka Berfikir	28
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	30
3.1.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3.1.2 Lokasi Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Teknik Penarikan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Teknik Penentuan Sampel	31
3.4 Metode pengumpulan data.....	33
3.4.1 Jenis Data.....	33
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Operasional Variabel	34
3.5.1 Variabel Dependen (Terikat).....	35
3.5.2 Variabel Independen (Bebas)	35
3.6 Metode analisi data	37
3.6.1 Uji Stastistik Diskriptif.....	37
3.6.2 Uji Kualitas Data	37
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.6.5 Pengujian Hipotesis	41
3.7 Jadwal Penelitian	43
BAB IV KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Shopee.....	44
4.2 Visi Misi Perusahaan	45
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan Shopee	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1 Gambaran Objek Penelitian.....	50

5.2 Karakteristik Responden.....	50
5.2.1 Jenis Kelamin	51
5.2.2 Usia.....	51
5.2.3 Akumulasi Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee Dalam 6 bulan terakhir.....	52
5.3 Deskripsi Jawaban Responden	52
5.3.1 Kemudahan Penggunaan X1.....	52
5.3.2 Kepercayaan X2	54
5.3.3 Promosi X3.....	56
5.3.4 Keputusan Pembelian	57
5.4 Hasil Penelitian.....	59
5.4.1 Uji Validitas.....	59
5.4.2 Uji Reabilitas	60
5.4.3 Uji Normalitas	64
5.4.4 Uji Multikolinieritas	66
5.4.5 Uji Heterokesidasitas.....	64
5.4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
5.4.7 Uji T.....	67
5.4.8 Uji F.....	69
5.4.9 Uji Koefisien Determinasi.....	70
5.5 Pembahasan	71
5.5.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung.....	71
5.5.2 Pengaruh Kepercayaan E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung	71
5.5.3 Pengaruh Promosi E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung.....	72
5.5.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Promosi E-Commerce Shopee terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung	73
5.5.5 Kemudahan Penggunaan Variabel yang paling berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online di Kecamatan Tikung	74

BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	10
3.1 Skala Likeart.....	37
3.2 Jadwal Penelitian	43
5.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
5.2 Jenis Kelamin Responden.....	51
5.3 Akumulasi Pembelian Responden	52
5.4 Akumulasi Jawaban Responden	52
5.5 Akumulasi Jawaban Responden	54
5.6 Akumulasi Jawaban Responden	56
5.7 Akumulasi Jawaban Responden	57
5.8 Hasil Uji Validitas	59
5.9 Hasil Uji Reabilitas.....	60
5.10 Hasil Uji Normalitas	61
5.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	64
5.12 Uji Heteroskedastisitas Metode Uji Glejser	65
5.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
5.14 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	68
5.15 Hasil Uji Simultan (Uji f)	69
5.16 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	70
5.17 Hasil Uji T	74

DAFTAR GAMBAR

2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Kerangka Berfikir	28
3.1 Kurva Distribusi Uji T.....	41
4.1 Logo Perusahaan.....	45
4.2 Struktur Organisasi Pt Shoppe Internasional Indonesia	47
5.1 Grafik Normalitas Plot.....	62
5.2 Grafik Histogram	63
5.3 Uji Heteroskedastisitas Metode grafik.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Identitas Responden

Lampiran 3 : Tabulasi Kuisisioner Responden

Lampiran 4 : Hasil Out Put SPSS

Lampiran 5 : Lembar Bimbingan Skripsi