

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAGTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Teori S-O-R	11
2. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	12
3. Keragaman Produk.....	22
4. Ulasan Produk.....	26
5. Gratis Ongkos Kirim.....	29
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berfikir	37
D. Hipotesis.....	38
BAB II METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Setting Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	41
D. Definisi Operasional Variabel.....	43
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian	51
1. Gambaran Obyek Penelitian	51

a.	Profil Umum Obyek penelitian	51
b.	Gambaran Umum Responden.....	52
c.	Deskripsi Data Variabel Penelitian	54
2.	Analisis Data	60
a.	Uji Instrumen Data	60
b.	Uji Reliabilitas.....	63
c.	Uji Asumsi Klasik	63
d.	Uji Regresi Linier Berganda.....	66
e.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	67
f.	Uji Signifikansi Silmutan (Uji Statistik f).....	69
g.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	70
B.	Pembahasan.....	70
1.	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee	70
2.	Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee.....	71
3.	Pengaruh Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee.....	72
4.	Pengaruh Keragaman Produk, Ulasan Produk dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee	73
BAB V	PENUTUP	75
A.	Kesimpulan	75
B.	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Progam Studi Responden	53
Tabel 4.3 Pendapatan/Uang Saku Responden	53
Tabel 4.4 Frekuensi Keragaman Produk	54
Tabel 4.5 Frekuensi Ulasan Produk.....	56
Tabel 4.6 Frekuensi Gratis Ongkos Kirim.....	57
Tabel 4.7 Frekuensi Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Instrumen Ulasan Produk.....	61
Tabel 4.10 Uji Validitas Instrumen Gratis Ongkos Kirim.....	61
Tabel 4.11 Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.13 Kolmogrov Smirnov	65
Tabel 4.14 Uji Multikoloniaritas	65
Tabel 4.15 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.16 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) Keragaman Produk	67
Tabel 4.17 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) Ulasan Produk	68
Tabel 4.18 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) Gratis Ongkos Kirim	69
Tabel 4.19 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)	69
Tabel 4.20 Uji Koefisien determinasi (R ²)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 Nilai Ttansaksi <i>E-commerce</i>	3
Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Keragaman Produk pada Shopee.....	6
Gambar 1.4 Hasil Pra-Survei Ulasan Produk pada Shopee.....	7
Gambar 1.5 Hasil Pra-Survei Gratis Ongkos Kirim pada Shopee.....	7
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 4.1 Logo Shopee	51
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P plot.....	63
Gambar 4.3 Grafik Histogram.....	64
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot.....	66

