

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	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
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan	32
B. Setting Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel	33
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Aplikasi Shopee	44
1. Sejarah Singkat Aplikasi Shopee	44
2. Logo Aplikasi Shopee	46

3.	Visi dan Misi Aplikasi Shopee.....	47
4.	Kebijakan dan Kekurangan Iklan Shopee	47
5.	Jenis-Jenis Iklan Shopee	48
B.	Analisis Deskriptif.....	49
1.	Gambaran Obyek Penelitian	49
2.	Karakteristik Responden	52
3.	Tanggapan Responden	55
C.	Uji Instrumen	59
1.	Uji Validitas	59
2.	Uji Reliabilitas	61
D.	Hasil Uji Asumsi klasik	61
1.	Uji Multikolinieritas.....	61
2.	Uji Autokorelasi.....	62
3.	Uji Heterokedastisitas	63
4.	Uji Normalitas.....	64
E.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
F.	Hasil Hipotesis	67
1.	Uji Parsial (Uji t).....	67
2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	68
3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
G.	Pembahasan Hasil Penelitian	69
1.	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	69
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen	71
3.	Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	72
 BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan	76
B.	Saran.....	77
C.	Keterbatasan.....	77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT PENELITI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Prosentase Platform Toko Online Riswashop	4
Tabel 2.1	Kisi-kisi Indikator Iklan	17
Tabel 2.2	Kisi-kisi Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
Tabel 2.3	Kisi-kisi Indikator Minat Beli	25
Tabel 2.4	Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.5	Kerangka Penelitian	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2	Skala Instrumen.....	38
Tabel 3.3	Tabel Durbin Watson	41
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku.....	55
Tabel 4.5	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Iklan.....	56
Tabel 4.6	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.7	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi.....	62
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4.14	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	68
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjungan Rata-rata Bulanan Web Shopee..... 3
Gambar 4.1 Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee 45
Gambar 4.2 Tampilan Awal Aplikasi Shopee 46
Gambar 4.3 Logo Shopee 46
Gambar 4.4 Tampilan Awal Riswashop 50
Gambar 4.5 Tampilan Produk Riswashop 52
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas 63
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas P-Plot 64
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas Histogram..... 65

