

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran	11
b. Konsep Pemasaran.....	12
c. Pemasaran Menurut Pandangan Islam	12
2. Kualitas Website	15
3. Rating Menu	18
4. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	20
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
c. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
5. Keputusan Pembelian.....	23
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka berfikir	33
D. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Identifikasi Variabel.....	41
D. Definisi Operasional	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43

F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Sejarah Shopee	51
2. Visi dan Misi Shopee Food	52
3. Produk dan Layanan Shopee Food	53
4. Gambaran Umum Responden	53
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
1. Kualitas Website (X1)	56
2. Rating Menu (X2).....	58
3. Service Quality (X3).....	60
4. Keputusan Pembelian (Y).....	62
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
1. Uji Validitas Instrument	64
2. Uji Reliabilitas Instrumen	66
D. Hasil Uji Asusmi Klasik.....	66
1. Uji multikolinieritas.....	66
2. Uji Autokorelasi	67
3. Uji Heteroskedastisitas	68
4. Uji Normalitas	68
E. Hasil Analisis Data	70
1. Analisis Regresi Linier Berganda	70
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
3. Uji t (Parsial).....	72
4. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simputan (Uji F)	73
F. Pembahasan hasil penelitian.....	74
1. Pengaruh kualitas website terhadap Keputusan pembelian makanan shopeefood pada mahasiswa UMK kudus	74
2. Pengaruh Rating Menu terhadap Keputusan pembelian makanan shopeefood pada mahasiswa UMK kudus	75
3. Pengaruh Service Quality terhadap Keputusan pembelian makanan shopeefood pada mahasiswa UMK kudus	77
4. Pengaruh Kualitas Website, Rating Menu dan Service Quality terhadap Keputusan pembelian makanan shopeefood pada mahasiswa UMK kudus	78

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel transaksi dan Pesaing ShopeeFood	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	42
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan	55
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.	55
Tabel 4.5 Deskripsi Berdasarkan Lama Penggunaan Shopee Food	56
Tabel 4.6 Frekuensi kualitas website (X1)	56
Tabel 4.7 Frekuensi Rating Menu (X2).....	58
Tabel 4.8 Frekuensi Service Quality (X3)	60
Tabel 4.9 Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Asumsi Klasik	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel 4.14 Hasil Analisis Data	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial).....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengunaan Internet Seluruh Indonesia	1
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1. Logo Shopee	51
Gambar 4.2. Tampilan <i>Mobile-Platform</i> Shopee Food.....	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	69

