

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... 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 x

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 8

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat penelitian 9

 1. Manfaat Teoritis 9

 2. Manfaat Praktis..... 9

E. Sistematika Penulisan 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Diskripsi Teori 12

 1. Pemasaran..... 12

 2. Keputusan Pembelian 15

 3. Harga 21

 4. Kualitas Produk 27

 5. Risiko..... 31

 6. *Marketplace*..... 34

B. Penelitian Terdahulu 37

C. Kerangka Berfikir 43

D. Hipotesis 44

 1. Hubungan antar Variabel Penelitian..... 44

 2. Hipotesis Penelitian..... 46

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 48

B. Setting Penelitian 48

C. Populasi dan Sampel 48

- 1. Populasi 48
- 2. Sampel 49
- D. Identifikasi Variabel penelitian 50
 - 1. Variabel Independen (Bebas) 51
 - 2. Variabel Dependen (Terikat) 51
- E. Variabel Operasional 51
- F. Teknik Pengumpulan Data 53
- G. Teknik Analisis Data 54
 - 1. Uji Instrumen 54
 - 2. Uji Asumsi Klasik 56
 - 3. Uji Hipotesis 54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 60
 - 1. Profil Shopee 60
 - 2. Deskripsi Responden 62
 - 3. Deskripsi Jawaban Responden 66
- B. Hasil Penelitian 72
 - 1. Uji Instrumen Penelitian 72
 - 2. Uji Asumsi Klasik 75
 - 3. Uji Hipotesis 78
- C. Pembahasan 83
 - 1. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online* Melalui *Marketplace* Shopee Secara Parsial 84
 - a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online* Melalui *Marketplace* Shopee 84
 - b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online* Melalui *Marketplace* Shopee 86
 - c. Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online* Melalui *Marketpace* Shopee 89
 - 2. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Risiko Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online*

Melalui *Marketplace* Shopee Secara
Simultan 90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 93
B. Implikasi 94
C. Keterbatasan..... 94
D. Saran 95

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Aplikasi Belanja *Online*..... 4

Tabel 1.2 Produk Terlaris Belanja *Online* 5

Tabel 1.3 Penjualan Toko “Afa_scarf” 5

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 37

Tabel 3.1 Variabel Operasional 51

Tabel 3.2 Skala Instrumen 54

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 63

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... 63

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi 64

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Semester
Responden 65

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Konsumen
Membeli Produk di *Marketplace* Shopee 66

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga 66

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas
Produk 68

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Risiko 69

Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel
Keputusan Pembelian 71

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga..... 73

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk..... 73

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Risiko 74

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan
Pembelian 74

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas 75

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas..... 76

Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 77

Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas..... 77

Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Analisis X_1 , X_2 dan X_3
Terhadap Y 78

Tabel 4.19 Hasil Uji t (Signifikansi Parameter Parsial) 80

Tabel 4.20 Hasil Uji F (Signifikansi Parameter Simultan)..... 82

Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Pembelian Konsumen..... 19

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir 43

Gambar 4.1 Logo Shopee 60

Gambar 4.2 Halaman Beranda Shopee..... 61

