

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	9
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Grand Theory Of Planned Behavior.....	12
2. Diskon.....	14
3. Promo Gratis Ongkos Kirim.....	18
4. Online Customer Review.....	24
5. Keputusan Pembelian.....	28
6. E-Commerce.....	36
B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Berpikir.....	47
D. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis dan pendekatan.....	53
B. Setting Penelitian.....	53
1. Lokasi Penelitian.....	53
2. Waktu Penelitian.....	53
C. Populasi dan sampel.....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel.....	54
D. Identifikasi Variabel.....	55
E. Variabel Operasional.....	56
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	60

1. Uji Validitas.....	60
2. Uji Reliabilitas.....	60
G. Teknik Pengumpulan Data	60
H. Teknik Analisis Data	61
1. Uji Asumsi Klasik	61
2. Pengujian Hipotesis	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Hasil Penelitian.....	68
1. Gambaran Obyek Penelitian	68
2. Analisis Data	81
B. Pembahasan	93
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran	103
C. Keterbatasan Penelitian	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Posisi e-commerce di Indonesia pada kuartal tiga pada tahun 2021.....	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Data Mahasiswa IAIN Kudus.....	54
Tabel 3.2 SKala Pengukuran.....	56
Tabel 3.3 Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1 Fakultas Responden.....	71
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	72
Tabel 4.3 Umur Responden.....	73
Tabel 4.4 Frekuensi Belanja di Shopee.....	73
Tabel 4.5 Frekuensi Belanja di Shopee.....	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Theory of Planned Behavior	13
Gambar 2.2 Proses pengambilan keputusan pembelian	32
Gambar 2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....	48
Gambar 2.4 Pengaruh Antara Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
Gambar 2.5 Pengaruh Antara Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
Gambar 2.6 Pengaruh Antara Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Gambar 2.7 Pengaruh Antara Diskon, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Customer Review Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian Gambar 4.1 Logo Shopee.....	52

