

DAFTAR ISI

COVER	i
PERETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN LITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	8
1. E-Commerce	8
2. Marketplace Shopee	10
3. Harga.....	12
4. Kualitas Produk.....	17
5. <i>Online Customer Review</i>	18
6. Keputusan Pembelian	20
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Berpikir	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	31
B. Populasi dan Sampel	31
C. Identifikasi Variabel.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	41
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	41
2. Analisis Data.....	49
B. Pembahasan.....	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
C. Keterbatasan Penelitian	71

DAFTAR PUSTAKA

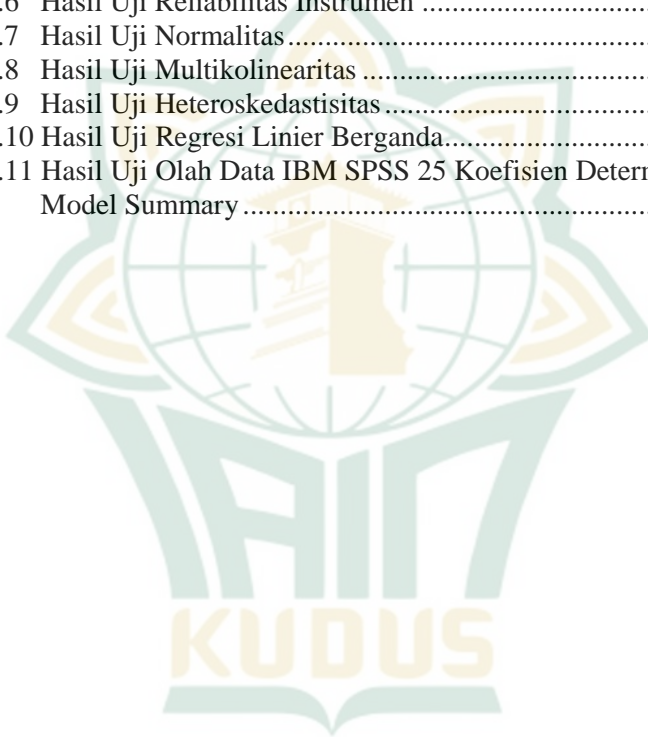
LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Usia Responden.....	42
Tabel 4.2 Peerjaan Responden.....	43
Tabel 4.3 Pendapatan Konsumen Esha Scarf.....	43
Tabel 4.4 Data Hasil Penyebaran Kuesioner	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Valliditas Instrumen	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Olah Data IBM SPSS 25 Koefisien Determinasi Model Summary	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian 22
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir 28
Gambar 4.1 Logo Esha Scarf..... 41

