

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA , RERANGKA KONSEPTUAL , DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. <i>E-commerce</i>	18
3. Keputusan Pembelian	20
4. Promosi Penjualan	29
5. Kualitas Website	31
6. Kepercayaan.....	35
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Rerangka Penelitian	45
D. Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
B. Desain Penelitian	48

C.	Definisi dan Oprasional Variable.....	49
1.	Definisi Variable	49
2.	Operasionalisasi Variable	51
D.	Skala pengukuran	52
E.	Populasi dan Sampel penelitian	53
1.	Populasi	53
2.	Sampel.....	53
F.	Jenis dan Sumber Data	54
1.	Jenis Data	54
2.	Sumber Data	55
G.	Metode Analisis Data	55
1.	Analisis Statistik Deskriptif	56
2.	Analisis Statistik Inferensial	56
3.	Pengujian Hipotesis	62
BAB IV	HASIL PENELITIAN Gambaran Umum Objek Penelitian	64
A.	Statistik Deskriptif	66
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Shopee .	66
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Berbelanja di Shope	67
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan tingkat pendidikan	69
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan tingkat pendapatan	70
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan tingkat pengeluaran	71
B.	Karakteristik Jawaban Responden	72
1.	Karakter Kuisioner Berdasarkan Variable Promosi Penjualan	72
2.	Karakter Kuisioner Berdasarkan Variable Kualitas Website.....	73
3.	Karakter Kuisioner Berdasarkan Variable Kepercayaan	74
4.	Karakter Kuisioner Berdasarkan Variable Keputusan pembelian	75
D.	Metode Analisis Data : SEM – Partial Least Square (PLS).....	76
1.	Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	77

2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model)	83
E. Pembahasan	88
1. Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian	88
2. Pengaruh kualitas website terhadap keputusan pembelian	89
3. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98



UNIVERSITAS
MERCU BUANA