DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **I**

HALAMAN PERNYATAAN ..... **I**

KATA PENGANTAR ..... **II**

ABSTRAK ..... **VI**

ABSTRACT ..... **VII**

DAFTAR ISI ..... **VII**

DAFTAR TABEL ..... **XI**

DAFTAR GAMBAR ..... **XII**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 1

1.1.1 Profil Objek Penelitian 1

1.1.2 Alfagift 2

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan 4

1.1.4 Nilai-nilai Perusahaan 5

1.1.5 Struktur Organisasi 5

1.2 LATAR BELAKANG 6

1.3 RUMUSAN MASALAH 17

1.4 TUJUAN 17

1.5 MANFAAT PENELITIAN 18

1.5.1 Manfaat Teoritis 18

1.5.2 Manfaat Praktis 18

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN TUGAS AKHIR 18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **19**

2.1 TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN 19

2.1.1 Pemasaran 19
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 19
2.1.3 Bauran Promosi 20
2.1.4 E-Grocery 21
2.1.5 E-commerce 22
2.1.6 Promosi Penjualan 22
2.1.7 Ongkos Kirim 23
2.1.8 Dimensi Gratis Ongkos Kirim 24
2.1.9 Technology Acceptance Model (TAM) *25*
2.1.10 Kemudahan Penggunaan 25
2.1.11 Keputusan Pembelian 28
2.1.12 Hubungan Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian 31
2.1.13 Hubungan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian 31
2.2 PENELITIAN TERDAHULU 33
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi *33*
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional *37*
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional *42*
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN 47
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN 50
2.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN 51
BAB III METODE PENELITIAN 52
3.1 JENIS PENELITIAN 52
3.2 VARIABEL OPERASIONAL DAN SKALA PENGUKURAN 53
3.2.1 Variabel Operasional 53
3.2.2. Skala Pengukuran 58
3.2.3. Tahapan Penelitian 59
3.3 POPULASI DAN SAMPEL 59
3.3.1 Populasi *59*
3.3.2 Sampel *59*

3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA 61
3.4.1 Data Primer *61*
3.4.2 Data Sekunder *62*
3.5 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 62
3.5.1 Uji Validitas *62*
3.5.2 Uji Reliabilitas *64*
3.6 METHODE OF SUCCESIVE INTERVAL (MSI) 67
3.7 UJI ASUMSI KLASIK 68
3.8 TEKNIK ANALISIS DATA 69
3.8.1 Analisis Deskriptif *69*
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda *70*
3.9 UJI HIPOTESIS 71
3.9.1 Uji Hipotesis secara Parsial *71*
3.9.2 Uji Hipotesis secara Simultan *72*
3.10 KOEFISIEN DETERMINASI 72

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 74

4.1 PENGUMPULAN DATA 74
4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN 74
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin *75*
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia *76*
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan *77*
4.3 HASIL PENELITIAN 77
4.3.1 Analisis Deskriptif *77*
4.3.2 Analisis Variabel Ongkos Kirim (X1) *78*
4.3.3 Analisis Variabel Kemudahan Penggunaan (X2) *85*
4.3.4 Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y) *93*
4.4 UJI ASUMSI KLASIK 103
4.4.1 Uji Normalitas *103*
4.4.2 Uji Multikolineritas *105*
4.4.3 Uji Heteroskedastistas *106*

4.5 TRANSFORMASI SKALA ORDINAL KE INTERVAL (MSI) 107
4.6 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA 108
4.7 UJI T 109
4.8 UJI F 110
4.9 KOEFISIEN DETERMINASI 112
4.10 HASIL PEMBAHASAN 112
4.10.1 Pengaruh Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian 112
4.10.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian 114
4.10.3 Pengaruh Ongkos Kirim dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian 114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 116
5.1 KESIMPULAN 116
5.2 SARAN 117
5.2.1 Saran Akademis 117
5.2.2 Saran Praktis 118
DAFTAR PUSTAKA 119
LAMPIRAN 125
A. KUESIONER 125
B. PRA-SURVEI 140