

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
1.1.1 Logo Perusahaan	13
1.1.2 Visi Shopee	14
1.1.3 Tujuan Shopee.....	14
1.1.4 Posisi Shopee	14
1.1.5 Nilai-nilai Shopee.....	15
1.2 Latar Belakang	15
1.3 Perumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	23
1.5.1 Aspek Teoritis	23
1.5.2 Aspek Praktis	23
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
1.7 Sistematika Tugas Akhir	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian.....	25
2.1.1 Pemasaran	25
2.1.2 Perilaku Konsumen	25
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian	26

2.1.4 Faktor Keputusan Pembelian	28
2.1.5 Harga	29
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Alat Pengumpulan Data	38
3.2.1 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Operasional Variabel.....	39
3.4 Tahapan Penelitian	43
3.5 Populasi dan Sampel	44
3.5.1 Populasi	44
3.5.2 Sampel.....	44
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	46
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
3.7.1 Uji Validitas	46
3.7.2 Uji Reliabilitas	47
3.8 Teknik Analisis PCA	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Karakteristik Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	55
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	57
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Analisis PCA (<i>Principal Component Analysis</i>)	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74

5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	80