

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.2 Visi Misi.....	4
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Pemasaran Jasa.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 Kajian Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
2.3 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasional Variabel.....	33
3.3 Tahapan Penelitian.....	39
3.4.1 Populasi.....	40

3.4.2	Sampel	40
3.4.3	Metode Pengambilan Sampel	41
3.5	Data Yang Diperlukan Dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1	Data Yang Diperlukan	42
3.5.2	Sumber Data	42
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.6.1	Uji Validitas.....	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.7	Teknik Analisis Data	47
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.8	Uji Asumsi Klasik	49
3.8.1	Uji Normalitas	49
3.8.2	Uji Heteroskeditas	49
3.8.3	Uji Multikolinieritas	50
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.10	Uji Hipotesis.....	51
3.10.1	Uji F (Simultan).....	51
3.10.2	Uji T.....	52
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Karakteristik Responden	55
4.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	56
4.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	57
4.4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan	59
4.4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi belanja	60
4.4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata pengeluaran per pesanan belanja.....	61
4.2	Hasil Penelitian.....	62
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	62
4.3	Analisis Regresi Berganda	69

4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.3.1	Uji Regresi Linear Berganda	71
4.3.2	Uji Hipotesis	73
4.4	Pembahasan	77
4.4.1	Gambaran Website Design, Realible Service, Trust dan Personalization	77
4.4.2	Pengaruh Website Design Terhadap Purchase Intention.....	78
4.4.3	Pengaruh Reliable Service Terhadap Purchase Intention.....	78
4.4.4	Pengaruh Trust Terhadap Purchase Intention.....	79
4.4.5	Pengaruh Personalization Terhadap Purchase Intention	79
4.4.6	Pengaruh kualitas layanan keseluruhan pada Shopee.co.id Terhadap <i>Purchase Intention</i>	80
4.4.7	Pengaruh Demografi Terhadap <i>Purchase Intention</i>	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	84
5.2.1	Saran Praktis	84
5.2.2	Saran Teoritis.....	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		90