

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	11
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	11
1.3    Rumusan Masalah .....	11
1.4    Tujuan Penelitian.....	12
1.5    Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1    Keputusan pembelian .....	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian .....	13
2.1.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	15
2.2    Kualitas Pelayanan .....	16
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	16
2.2.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan .....	17
2.3    Persepsi Keamanan .....	18

2.3.1	Pengertian Persepsi Keamanan .....	18
2.3.2	Dimensi Persepsi Keamanan .....	18
2.3.3	Indikator Persepsi Keamanan .....	19
2.4	<i>Positioning</i> .....	19
2.4.1	Pengertian <i>Positioning</i> .....	19
2.4.2	Tujuan <i>Positioning</i> .....	20
2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Positioning</i> .....	20
2.4.4	Dimensi dan Indikator <i>Positioning</i> .....	21
2.5	Penelitian Terdahulu .....	21
2.6	Hubungan Antar Variabel .....	25
2.6.1	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....	25
2.6.2	Hubungan Persepsi Keamanan dengan Keputusan Pembelian .....	25
2.6.3	Hubungan <i>Positioning</i> dengan Keputusan Pembelian .....	26
2.7	Hipotesis .....	26
2.8	Model Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Desain Penelitian .....	28
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	28
3.2.1	Jenis Data .....	28
3.2.2	Sumber Data .....	29
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.3.1	Populasi .....	29
3.3.2	Sampel .....	29
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.4	Unit Analisis .....	30
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	31
3.5.1	Variabel Independen (X) .....	31
3.5.2	Variabel Dependen (Y) .....	31
3.6	Teknik Analisis Data .....	34
3.6.1	Uji Validitas .....	34
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	35
3.6.3	Analisis Deskriptif .....	36
3.7	Uji Persyaratan Analisis Data .....	37
3.7.1	Uji Normalitas .....	37
3.7.2	Uji Multikolinieritas .....	38
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas .....	38
3.8	Uji Hipotesis .....	38
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
3.8.2	Uji Simultan (F-Test) .....	39
3.8.3	Uji t (Uji Parsial) .....	40
3.8.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	40

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PEMBAHASAN</b>	<b>42</b>
4.1	Karakteristik Responden	42
4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.4	Responden Berdasarkan Penghasilan	44
4.1.5	Responden Berdasarkan Yang Mengetahui dan Mempunyai Aplikasi Shopee	44
4.2	Uji Validitas	45
4.3	Uji Reliabilitas	49
4.4	Analisis Deskriptif	51
4.5	Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1	Uji Normalitas Data	56
4.5.2	Uji Multikolinieritas	57
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	58
4.6	Uji Regresi Linier Berganda	59
4.7	Uji F	60
4.8	Uji T	60
4.9	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	62
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	63
5.1.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
5.1.2	Pengaruh Persepsi Keamanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
5.1.3	Pengaruh <i>Positioning</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	65
5.1.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Keamanan (X2), <i>Positioning</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	65
5.1.5	Pengaruh <i>Positioning</i> (X3) merupakan variabel dominan terhadap Keputusan Pembelian (Y)	65
5.2	Temuan Peneliti	65
5.3	Keterbatasan Penelitian	65
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP</b>	
6.1	Kesimpulan	66
6.2	Saran	66
6.3	Implikasi Penelitian	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>68</b>