

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Minat Beli.....	10
2.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	11
2.1.2 Dimensi Minat Beli	12
2.2 E-Commerce.....	12
2.3 Harga	13
2.3.1 Indikator Harga	15
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	15
2.4 Kemudahan Penggunaan	15
2.4.1 Indikator Kemudahan Penggunaan	17

2.5 <i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i>	17
2.5.1 Perbedaan <i>WOM</i> dan <i>EWOM</i>	18
2.5.2 Dimensi dan Indikator <i>EWOM</i>	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Hubungan Antar Variabel	23
2.7.1 Hubungan Antara Harga (X_1) Terhadap Minat Beli (Y).....	23
2.7.2 Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)..	24
2.7.3 Hubungan Antara <i>E-WOM</i> (X_3) Terhadap Minat Beli (Y)	24
2.8 Hipotesis.....	25
2.9 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Riset.....	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.2.1 Jenis Data	26
3.2.2 Sumber Data.....	27
3.2.2.1 Data Primer	28
3.2.2.2 Data Sekunder	28
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4 Unit Analisis Data	32
3.5 Devinisi Operasional Variabel	32
3.5.1 Variabel Independen (X).....	32
3.5.2 Variabel Dependen (Y)	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.6.1.1 Uji Validitas	37
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.7 Uji Persyaratan Analisis Data	39
3.7.1 Uji Normalitas	39

3.7.2 Uji Multikolinieritas	40
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.4 Uji Autokorelasi	41
3.8 Uji Hipotesis.....	42
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.8.2 Uji F (Uji Simultan)	43
3.8.3 Uji t (Uji Parsial)	44
3.8.4 Uji koefisien determinasi (R^2)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Karakteristik Responden	46
4.1.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.1.2 Berdasarkan Usia.....	47
4.1.1.3 Berdasarkan Profesi.....	48
4.1.1.4 Pendapatan Perbulan	49
4.1.1.5 Berdasarkan Berapakah Dalam Dua Bulan Terakhir Berbelanja Online di <i>E-commerce</i> Shopee	50
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.1 Uji Validitas	51
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.3. Uji Persyaratan Analisis Data	55
4.3.1 Uji Normalitas	55
4.3.2 Uji Multikolinearitas	56
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.3.4 Uji Autokorelasi	58
4.4 Analisis Data	59
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.4.2 Uji F.....	60
4.4.3 Uji t.....	61
4.4.4 Koefisien Determinasi.....	62
BAB V PEMBAHASAN	63

5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
5.1.1 Pengaruh Harga (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_3) Terhadap Minat Beli (Y).....	63
5.1.2 Pengaruh Harga (X_1) terhadap Minat Beli (Y).....	63
5.1.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)	64
5.1.4 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (EWOM) (X_3) Terhadap Minat Beli (Y)	64
5.2 Temuan Penelitian.....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	65
BAB VI PENUTUP	66
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran.....	66
6.3 Implikasi Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Pengunjung Web <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2020.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Data Populasi Jumlah Penduduk Jakarta Barat Menurut Usia dan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.4 Cronbach Alpha.....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji t	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pra Survei Minat Beli.....	5
Gambar 1.2 Daftar Pra Survei Harga.....	5
Gambar 1.3 Data Pra Survei Kemudahan Penggunaan.....	6
Gambar 1.4 Data Pra Survei <i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i>	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Profesi.....	49
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	50
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	51
Gambar 4.6 Grafik Normal Probability Plot.....	56
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra Survey.....	71
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 3 Tabulasi Data 100 Responden.....	77
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	88
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
Lampiran 7 Hasil Analisis Data.....	95