DAFTAR ISI

[COVER](#_Toc9359617) i

[PENGESAHAN ii](#_Toc9359617)

[ABSTRAK iii](#_Toc9359617)

[ABSTRACT i](#_Toc9359617)v

[KATA PENGANTAR v](#_Toc9359617)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc9359617)

[DAFTAR TABEL xii](#_Toc9359617)

[DAFTAR GAMBAR xi](#_Toc9359617)v

[DAFTAR LAMPIRAN xv](#_Toc9359617)

[BAB I PENDAHULUAN](#_Toc9359618)

1. [Latar Belakang 1](#_Toc9359620)
2. [Identifikasi Masalah 5](#_Toc9359621)
3. [Batasan Penelitian 6](#_Toc9359622)
4. [Rumusan Masalah 6](#_Toc9359623)
5. [Tujuan Penelitian 6](#_Toc9359624)
6. [Manfaat Penelitian 7](#_Toc9359625)

[BAB II](#_Toc9359626) KAJIAN PUSTAKA

1. [Landasan Teoritis 9](#_Toc9359627)

[1. Promosi 9](#_Toc9359628)

[2. Kepercayaan 12](#_Toc9359629)

[3. Harga 14](#_Toc9359630)

[4. Keputusan Pembelian 17](#_Toc9359631)

1. [Penelitian Terdahulu 23](#_Toc9359632)
2. [Kerangka Pemikiran 27](#_Toc9359633)

[1. Hubungan Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 28](#_Toc9359634)

[2. Hubungan Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 29](#_Toc9359635)

[3. Hubungan Daya Tarik Harga terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 29](#_Toc9359636)

[BAB III METODE](#_Toc9359637) PENELITIAN

1. [Objek Penelitian 30](#_Toc9359638)
2. [Desain Penelitian 30](#_Toc9359639)

[1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian 30](#_Toc9359640)

[2. Metode Pengumpulan Data 31](#_Toc9359641)

[3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel 31](#_Toc9359642)

[4. Tujuan Studi 31](#_Toc9359643)

[5. Dimensi Waktu 32](#_Toc9359644)

[6. Cakupan Topik 32](#_Toc9359645)

[7. Lingkungan Penelitian 32](#_Toc9359646)

[8. Kesadaran Persepsi Partisipan 32](#_Toc9359647)

1. [Variabel Penelitian 33](#_Toc9359648)

[1. Variabel Bebas / Variabel Independen 33](#_Toc9359649)

[2. Variabel Terikat / Variabel Independen 34](#_Toc9359650)

1. [Teknik Pengumpulan Data 35](#_Toc9359651)

[1. Jenis dan Sumber Data 35](#_Toc9359652)

[2. Pengumpulan Data 35](#_Toc9359653)

1. [Teknik Pengambilan Sampel 36](#_Toc9359654)
2. [Teknik Analisis Data 37](#_Toc9359655)

[1. Uji Validitas dan Reliabilitas 37](#_Toc9359656)

[2. Analisis Deskriptif 38](#_Toc9359657)

[3. Uji *One Sample T-Test* 40](#_Toc9359658)

[4. Uji Asumsi Klasik 41](#_Toc9359659)

[5. Analisis Regresi Linear Berganda 42](#_Toc9359660)

[BAB IV ANALISIS](#_Toc9359662) DAN PEMBAHASAN

1. [Gambaran Umum Perusahaan 45](#_Toc9359663)
2. [Analisis Statistik Deskriptif 49](#_Toc9359664)

[1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 49](#_Toc9359665)

[2. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian di Shopee dalam satu bulan 49](#_Toc9359666)

[3. Karakteristik responden berdasarkan transaksi terakhir kali berbelanja di Shopee 50](#_Toc9359667)

[4. Karakteristik responden berdasarkan kategori uang bulanan setiap bulan 51](#_Toc9359668)

[5. Karakteristik responden berdasarkan alokasi dana yang dikeluarkan setiap berbelanja di Shopee 52](#_Toc9359669)

1. [Analisis Data dan Pembahasan 53](#_Toc9359670)

[1. Uji Validitas dan Reliabilitas 53](#_Toc9359671)

[2. Analisis Variabel Daya Tarik Promosi 56](#_Toc9359672)

[3. Analisis Variabel Tingkat Kepercayaan 57](#_Toc9359673)

[4. Analisis Variabel Daya Tarik Harga 59](#_Toc9359674)

[5. Analisis Variabel Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 62](#_Toc9359674)

1. [Uji Asumsi Klasik 63](#_Toc9359675)

[1. Uji Normalitas 63](#_Toc9359676)

[2. Uji Multikolinearitas 65](#_Toc9359676)

[3. Uji Heteroskedastisitas 65](#_Toc9359677)

1. [Analisis Linear Berganda 67](#_Toc9359678)

[1. Model Penelitian 67](#_Toc9359679)

[2. Uji T 68](#_Toc9359679)

[2. Uji F 69](#_Toc9359680)

[3. Koefisien Determinasi 70](#_Toc9359681)

1. [Pembahasan 71](#_Toc9359682)

[1. Pengaruh Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 71](#_Toc9359683)

[2. Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 72](#_Toc9359684)

[3. Pengaruh Daya Tarik Harga terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 74](#_Toc9359685)

[4. Perbandingan Pengaruh Lebih Besar Terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 75](#_Toc9359686)

[BAB V SIM](#_Toc9359687)PULAN DAN SARAN

1. [Kesimpulan 76](#_Toc9359688)
2. [Saran 78](#_Toc9359689)

[DAFTAR PUSTAKA 79](#_Toc9359690)

[LAMPIRAN 83](#_Toc9359690)

DAFTAR TABEL

[Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 24](#_Toc9353684)

[Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Daya Tarik Promosi, Tingkat Kepercayaan, dan Daya Tarik Harga 3](#_Toc9353685)3

[Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 34](#_Toc9353686)

[Tabel 3.5 Rentang Nilai 40](#_Toc9353687)

[Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49](#_Toc9353688)

[Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Pembelian di Shopee dalam 1 bulan 50](#_Toc9353689)

[Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Transaksi Terakhir Kali Berbelanja di Shopee 50](#_Toc9353690)

[Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Kategori Uang Bulanan setiap Bulan 51](#_Toc9353691)

[Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Alokasi Dana yang Dikeluarkan setiap Berbelanja di Shopee 52](#_Toc9353692)

[Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas 53](#_Toc9353693)

[Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas 55](#_Toc9353695)

[Tabel 4.8 Hasil Analisis Variabel Daya Tarik Promosi 56](#_Toc9353696)

[Tabel 4.9 Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Daya Tarik Promosi 57](#_Toc9353697)

[Tabel 4.10 Hasil Analisis Variabel Tingkat Kepercayaan 58](#_Toc9353698)

[Tabel 4.11 Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Tingkat Kepercayaan (*Test Value = 3,4*) 59](#_Toc9353699)

[Tabel 4.12 Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Tingkat Kepercayaan (*Test Value = 2,6*) 59](#_Toc9353699)

[Tabel 4.13 Hasil Analisis Variabel Daya Tarik Harga 60](#_Toc9353700)

[Tabel 4.14 Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Daya Tarik Harga (*Test Value = 3,4*) 61](#_Toc9353701)

[Tabel 4.15 Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Daya Tarik Harga (*Test Value = 2,6*) 61](#_Toc9353702)

[Tabel 4.16 Hasil Analisis Variabel Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 62](#_Toc9353704)

[Tabel 4.17 Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 63](#_Toc9353705)

[Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas 1 64](#_Toc9353706)

[Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas 2 64](#_Toc9353707)

[Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas 65](#_Toc9353708)

[Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas 67](#_Toc9353709)

[Tabel 4.22 Analisis Linear Berganda 67](#_Toc9353709)

[Tabel 4.23 Hasil Uji T 68](#_Toc9353710)

[Tabel 4.24 Hasil Uji F 69](#_Toc9353711)

[Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi 70](#_Toc9353712)

DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1.1 Gambar Transaksi *E-Commerce* Indonesia Tahun 2014-2018 2](#_Toc9353684)

[Gambar 1.2 Gambar Layanan *E-Commerce* yang Paling Sering Digunakan Tahun 2018 3](#_Toc9353684)

[Gambar 2.1 Gambar Proses Keputusan Pembelian 20](#_Toc9353686)

[Gambar 2.2 Gambar Kerangka Pemikiran 24](#_Toc9353687)

[Gambar 4.1 Gambar Logo Shopee 46](#_Toc9353688)

[Gambar 4.2 Gambar Fitur *Tracking* Shopee 47](#_Toc9353689)

[Gambar 4.3 Gambar Metoda Pembayaran Shopee 48](#_Toc9353690)

[Gambar 4.4 Gambar *Scatterplot* Uji Homoskedastisitas 66](#_Toc9353690)

DAFTAR LAMPIRAN

[LAMPIRAN 1 KUESIONER 83](#_Toc9359617)

[LAMPIRAN](#_Toc9359618) 2 PROFIL RESPONDEN

1. [Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 87](#_Toc9359621)
2. [Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Shopee dalam satu bulan 87](#_Toc9359622)
3. [Profil Responden Berdasarkan Transaksi Terakhir Kali Berbelanja di Shopee 87](#_Toc9359623)
4. [Profil Responden Berdasarkan Kategori Uang Bulanan Setiap Bulan 88](#_Toc9359624)
5. [Profil Responden Berdasarkan Alokasi Dana yang Dikeluarkan Setiap Berbelanja di Shopee 88](#_Toc9359625)

LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS, RELIABILITAS, DAN RATA-RATA SETIAP VARIABEL

1. [Hasil Uji Validitas 89](#_Toc9359632)
2. [Hasil Uji Reliabilitas 91](#_Toc9359633)
3. [Rata-Rata Daya Tarik Promosi 92](#_Toc9359638)
4. [Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Daya Tarik Promosi 93](#_Toc9359639)
5. [Rata-Rata Tingkat Kepercayaan 93](#_Toc9359648)
6. [Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Tingkat Kepercayaan (*Test Value = 3,4*) 93](#_Toc9359651)
7. [Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Tingkat Kepercayaan (*Test Value = 2,6*) 94](#_Toc9353709)
8. [Rata-Rata Daya Tarik Harga 94](#_Toc9359654)
9. [Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Daya Tarik Harga (*Test Value = 3,4*) 94](#_Toc9359655)
10. [Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Daya Tarik Harga (*Test Value = 2,6*) 95](#_Toc9359632)
11. [Rata-Rata Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 95](#_Toc9359633)
12. [Hasil Uji *One Sample T-Test* Variabel Keputusan Berbelanja *Online* Kembali 95](#_Toc9359638)

LAMPIRAN 4 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. [Hasil Uji Normalitas 1 96](#_Toc9359663)
2. [Hasil Uji Normalitas 2 98](#_Toc9359664)
3. [Hasil Uji Multikolinearitas 100](#_Toc9359670)
4. [Hasil Uji Heteroskedastisitas 100](#_Toc9359675)

LAMPIRAN 5 ANALISIS REGRESI BERGANDA

1. [Hasil Uji T dan Model Persamaan 101](#_Toc9359688)
2. [Hasil Uji F 101](#_Toc9359689)
3. [Hasil Uji Koefisien Determinasi 101](#_Toc9359689)