

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.5. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1. Technology Acceptance Model (TAM).....	12
2.2. Pembuatan Keputusan Pembelian.....	13
2.3. Persepsi Harga .....	15
2.4. Kemudahan Penggunaan .....	20
2.5. Intensitas Promosi.....	26
2.6. Kerangka Pemikiran .....	31
2.7. Hipotesis .....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	32
3.1. Variabel Penelitian.....	32
3.2. Populasi dan Sampel.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5. Uji Kelayakan Kuesioner.....	38
3.5.1. Uji Semantik .....	38
3.5.1.1. Uji Semantik Indikator Variabel .....	38
3.5.1.2. Uji Semantik Indikator Hipotesis.....	42
3.5.2. Uji Statistik .....	48

3.5.2.1.	Uji Validitas .....	48
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas .....	49
3.6.	Teknik Analisis .....	50
3.6.1.	Angka Index.....	50
3.6.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.7.	Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	56
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.2.	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	57
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.1.5.	Profil Responden Berdasarkan Jurusan .....	58
4.1.6.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	59
4.1.7.	Profil Frekuensi Pembelian pada E-Commerce Shopee .....	59
4.2.	Angka Indeks .....	60
4.2.1.	Angka Indeks Persepsi Harga.....	60
4.2.2.	Angka Indeks Variabel Kemudahan Penggunaan .....	61
4.2.3.	Angka Indeks Variabel Intensitas Promosi.....	62
4.2.4.	Angka Indeks Variabel Pembuatan Keputusan Pembelian.....	63
4.3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
4.3.1.	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.1.1.	Uji Normalitas.....	64
4.3.1.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.4.	Uji Hipotesis .....	70
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
5.1.	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	75
5.2.	Implikasi Teori .....	76
5.3.	Implikasi Manajerial.....	77
5.4.	Keterbatasan Penelitian .....	80
5.5.	Saran Penelitian Mendatang .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>