

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2    Manfaat Praktis .....	7
1.5 Tinjauan Pustaka .....	8
1.5.1    Tinjauan Teoritis .....	8
1.5.1.1    Keputusan Pembelian .....	8

1.5.1.1.1	Model Keputusan: Empat Pandangan Mengenai Pengambilan Keputusan .....	9
1.5.1.1.2	Proses Keputusan Pembelian .....	11
1.5.1.2	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen . .....	13
1.5.2	Tinjauan Empiris .....	23
1.6	Kerangka Pemikiran .....	26
1.7	Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	27
1.7.1	Definisi Konsep .....	27
1.7.2	Definisi Operasional .....	27
1.8	Metode Penelitian .....	34
1.8.1	Tipe Penelitian .....	34
1.8.2	Ruang Lingkup Penelitian .....	34
1.8.3	Objek Studi .....	34
1.8.4	Sumber Data .....	34
1.8.5	Teknik Pengumpulan Data .....	35
1.8.6	Populasi .....	35
1.8.7	Sampel .....	35
1.8.8	Teknik Sampling .....	37
1.8.9	Skala Pengukuran .....	37
1.9	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
1.10	Teknik Analisis Data .....	39
1.10.1	Analisis Data Deskriptif .....	39

1.10.2	Analisis Data Inferensial .....	41
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
2.1	Profil Perusahaan Bukalapak .....	45
2.1.1	Visi dan Misi Perusahaan .....	47
2.1.2	Jenis Produk .....	49
2.1.3	Sistem Pembayaran BukaDompet .....	49
2.1.4	Proses Sistem Pembayaran Bukalapak .....	49
2.1.5	Pengguna .....	50
2.2	Profil Komunitas .....	50
2.2.1	Data Anggota Komunitas .....	51
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
3.1	Identifikasi Responden .....	54
3.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	55
3.1.2	Pendidikan Responden .....	55
3.1.3	Usia Responden .....	56
3.1.4	Pekerjaan Responden .....	57
3.1.5	Pengeluaran Bulanan Responden .....	58
3.2	Uji Instrumen dan Data Penelitian .....	59
3.2.1	Uji Validitas .....	60
3.2.2	Uji Reliabilitas .....	61
3.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	61

1. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena kualitas produknya .....	63
2. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan .....	64
3. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena pendistribusian barang dari produsen ke konsumen bagus .....	65
4. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena di pengaruhi oleh iklan di media sosial yang sangat menarik tentang bukalapak .....	66
5. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena di pengaruhi oleh budaya saya yang senang belanja <i>online</i> .....	67
6. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena di pengaruhi oleh bahasa yang di gunakan oleh Bukalapak .....	68
7. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena di pengaruhi oleh teman dekat saya yang gemar belanja <i>online</i> .....	68
8. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena barang – barang yang di pasarkan sesuai dengan kelas sosial saya .....	69
9. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh komunitas kajian sunnah yang saya ikuti sering berbelanja <i>online</i> .....	71
10. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh keluarga saya yang gemar belanja <i>online</i> .....	72
11. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena belanja <i>online</i> mencerminkan status sosial saya dalam masyarakat .....	73
12. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena usia saya yang disebut generasi milenial dicirikan dengan melek internet .....	74

13. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh pekerjaan saya ..... 75
14. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh gaya hidup saya yang suka belanja *online* ..... 76
15. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh hobi saya yang gemar belanja *online* ..... 77
16. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak untuk mendukung aktivitas saya dalam kehidupan sosial sehari-hari ..... 78
17. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena saya merasa percaya diri setelah berbelanja di Bukalapak ..... 80
18. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena setelah itu saya lebih mudah bergaul dengan teman-teman komunitas ..... 81
19. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena kemudahan adaptasi dalam berbelanja *online* pada Bukalapak ..... 82
20. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dimotivasi oleh diri saya sendiri ..... 83
21. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak untuk memenuhi kebutuhan dasar saya dalam kehidupan sehari-hari ..... 84
22. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena lebih aman dalam bertransaksi ..... 85
23. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena untuk memenuhi kebutuhan sosial saya dalam kehidupan sehari-hari ..... 86
24. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena untuk menunjukkan bahwa saya sering berbelanja *online* ..... 87

25. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena menurut saya <i>onlineshop</i> Bukalapak bagus .....	88
26. Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli produk di Bukalapak karena saya sudah pernah berbelanja sebelumnya .....	89
27. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena belanja di Bukalapak menyenangkan .....	90
28. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena waktu yang digunakan dalam bertransaksi sangat efektif .....	91
29. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena keadaan ekonomi saya yang mampu membeli produk di Bukalapak .....	92
30. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena aplikasi <i>mobile</i> Bukalapak sangat menarik perhatian saya .....	93
31. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena citra Bukalapak yang bagus .....	94
32. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena Bukalapak memberi jaminan 100% uang kembali .....	95
33. Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena Bukalapak memiliki keunggulan dibandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain .....	96
3.4 Analisis Statistik Inferensial .....	97
3.4.1 Variabel yang akan di Analisis .....	97
3.4.2 Analisis Matriks Korelasi .....	99
3.4.2.1 Analisis <i>Barletts Test Sphericity</i> KMO .....	100
3.4.2.2 Analisis <i>Measure Sampling Adequacy</i> (MSA) .....	100
3.4.3 Analisis Komunalitas .....	102
3.4.4 Penentuan Jumlah Faktor .....	104

3.4.5 Rotasi Faktor .....	105
3.4.6 Interpretasi Faktor .....	106
3.4.7 Penamaan Faktor .....	107
3.5 Pembahasan .....	109
BAB IV PENUTUP .....	114
4.1 KESIMPULAN .....	114
4.2 SARAN .....	117
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey Pembelian Produk Bukalapak .....	6
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 1.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	33
Tabel 1.4 Kriteria Alpha Cronbach .....	39
Tabel 1.5 Ukuran Ketepatan Kaiser-Mayer-Olkin .....	44
Tabel 2.1 Data Anggota Komunitas .....	51
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	56
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan .....	59
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 3.8 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena kualitas produknya .....	63
Tabel 3.9 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan .....	64
Tabel 3.10 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena pendistribusian barang dari produsen ke konsumen bagus .....	65
Tabel 3.11 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh iklan di media sosial yang sangat menarik tentang Bukalapak .....	66



Tabel 3.12	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh budaya saya yang senang belanja <i>online</i>	67
Tabel 3.13	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh bahasa yang di gunakan oleh Bukalapak	68
Tabel 3.14	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh teman dekat saya yang gemar belanja <i>online</i>	69
Tabel 3.15	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena barang – barang yang di pasarkan sesuai dengan kelas sosial saya	70
Tabel 3.16	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh komunitas kajian sunnah yang saya ikuti sering berbelanja <i>online</i>	71
Tabel 3.17	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh keluarga saya yang gemar belanja <i>online</i>	72
Tabel 3.18	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena belanja online mencerminkan status sosial saya dalam masyarakat	73
Tabel 3.19	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena usia saya yang disebut generasi milenial dicirikan dengan melek internet	74
Tabel 3.20	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh pekerjaan saya	76
Tabel 3.21	Tanggapan Responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh gaya hidup saya yang suka belanja <i>online</i>	77
Tabel 3.22	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli produk di Bukalapak karena dipengaruhi oleh hobi saya yang gemar belanja <i>online</i>	78
Tabel 3.23	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli produk di Bukalapak untuk mendukung aktivitas saya dalam kehidupan sosial sehari-hari	79

Tabel 3.24	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena saya merasa percaya diri setelah berbelanja di Bukalapak .....	80
Tabel 3.25	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena setelah itu saya lebih mudah bergaul dengan teman-teman komunitas .....	81
Tabel 3.26	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena kemudahan adaptasi dalam berbelanja online pada Bukalapak .....	82
Tabel 3.27	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena dimotivasi oleh diri saya sendiri .....	83
Tabel 3.28	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak untuk memenuhi kebutuhan dasar saya dalam kehidupan sehari-hari .....	84
Tabel 3.29	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena lebih aman dalam bertransaksi .....	85
Tabel 3.30	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena untuk memenuhi kebutuhan sosial saya dalam kehidupan sehari-hari .....	86
Tabel 3.31	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena untuk menunjukkan bahwa saya sering berbelanja <i>online</i> .....	87
Tabel 3.32	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak Karena menurut saya <i>onlineshop</i> bukhalapak bagus .....	88
Tabel 3.33	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena saya sudah pernah berbelanja sebelumnya .....	89
Tabel 3.34	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena belanja di Bukalapak menyenangkan .....	90
Tabel 3.35	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena waktu yang digunakan dalam bertransaksi sangat efektif .....	91
Tabel 3.36	Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena keadaan ekonomi saya yang mampu membeli produk di Bukalapak .....	92

Tabel 3.37 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena aplikasi mobile Bukalapak sangat menarik perhatian saya .....	93
Tabel 3.38 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena citra Bukalapak yang bagus .....	94
Tabel 3.39 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena Bukalapak memberi jaminan 100% uang kembali .....	95
Tabel 3.40 Tanggapan responden terhadap pernyataan membeli produk di Bukalapak karena Bukalapak memiliki keunggulan dibandingkan dengan <i>onlineshop</i> lain .....	96
Tabel 3.41 KMO and Bartlett's Test .....	100
Tabel 3.42 Measure Sampling Adequacy (MSA) .....	101
Tabel 3.43 Komunalitas .....	102
Tabel 3.44 Penentuan Jumlah Faktor .....	104
Tabel 3.45 Rotasi Faktor .....	105

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Hasil Survey Pengguna Internet Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Logo Bukalapak.....	4
Gambar 1.3 Data Pembelian Bukalapak .....	5
Gambar 1.4 Proses Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 1.5 Model Perilaku Konsumen .....	14
Gambar 1.6 Kerangka Pemikiran .....	26