

## DAFTAR ISI

BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
2.1 Rumusan Masalah .....	10
3.1 Tujuan penelitian .....	10
4.1 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Praktis.....	11
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	11
5.1 Tinjauan Pustaka .....	12
1.5.1. Landasan Teori .....	12
1.5.2. Beberapa Pengertian.....	14
1.5.2.1. Perilaku Konsumen.....	14
1.5.2.2. Pemasaran .....	18
1.5.2.3. Fitur Layanan.....	23
1.5.2.4. Promosi Penjualan .....	24
1.5.2.5. Minat beli.....	25
1.5.2.6. Keputusan Pembelian .....	27
1.5.3. Tinjauan Empiris .....	30
6.1 Hubungan Antar Variabel.....	42
1.6.1. Hubungan antara fitur layanan terhadap minat beli .....	42
1.6.2. Hubungan antara promosi penjualan terhadap minat beli .....	42
1.6.3. Hubungan antara fitur layanan terhadap keputusan pembelian.....	43
1.6.4. Hubungan antara promosi penjualan terhadap keputusan pembelian ..	44
1.6.5. Hubungan antara minat beli terhadap keputusan pembelian .....	45
7.1 Kerangka Pemikiran .....	46
8.1 Hipotesis.....	49
9.1 Definisi Konsep dan Operasional.....	50
1.9.1. Definisi Konsep .....	50
1.9.2. Definisi Operasional.....	51
10.1 Metode Penelitian.....	53
1.10.1. Tipe Penelitian.....	53

1.10.2.	Ruang lingkup penelitian.....	53
1.10.3.	Lokasi Penelitian .....	54
1.10.4.	Populasi dan Sampel .....	54
1.10.4.1.	Populasi.....	54
1.10.4.2.	Sampel .....	54
1.10.5.	Teknik Sampling .....	55
1.10.6.	Sumber Data .....	56
1.10.7.	Teknik Pengumpulan Data .....	56
1.10.8.	Teknik pengukuran data .....	57
1.10.9.	Uji Instrumen Penelitian.....	58
1.10.9.1.	Uji Validitas .....	58
1.10.9.2.	Uji Reliabilitas .....	59
1.10.10.	Teknik Analisis Data .....	60
1.10.10.1.	Analisis Deskriptif .....	60
1.10.10.2.	Analisis Statistik Inferensial .....	60
1.10.10.3.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	63
1.10.11.	Uji Hipotesis .....	63
1.10.11.1.	Uji t (t-test).....	63
BAB II.....		65
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....		65
2.1.	Sejarah Shopee .....	65
2.2.	Logo Shopee.....	66
2.3.	Visi dan Misi Shopee.....	67
A.	Visi.....	67
B.	Misi .....	67
2.4.	Lokasi Kantor Shopee .....	67
A.	Alamat .....	67
B.	Jam Operasional .....	67
2.5.	Model Bisnis Shopee.....	67
2.6.	Keterkaitan Perusahaan dengan Perspektif Variabel Penelitian .....	68
A.	Variabel Fitur Layanan .....	68

B. Variabel Promosi Penjualan .....	69
C. Variabel Minat Beli .....	71
D. Variabel Keputusan Pembelian .....	72
BAB III.....	74
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
3.1. Hasil Uji Instrumen .....	74
3.1.1. Hasil Uji Validitas .....	75
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
3.2. Karakteristik Responden .....	78
3.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
3.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
3.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	80
3.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan Per Bulan .....	81
3.3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	82
3.3.1 Analisis Statistik Variabel Fitur Layanan .....	82
3.3.2. Analisis Statistik Variabel Promosi Penjualan.....	90
3.3.3. Analisis Statistik Variabel Minat Beli.....	98
3.3.4. Variabel Keputusan Pembelian .....	105
3.4. Analisis Inferensial Variabel Penelitian .....	116
3.4.1. Evaluasi Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ).....	116
a. Convergent Validity .....	116
b. Discriminant Validity .....	118
c. Composite Reliability.....	120
3.4.2. Evaluasi Pengukuran Model ( <i>Inner Model</i> ) .....	121
a. Pengujian <i>R-Square</i> .....	121
b. Perhitungan <i>Q-Square</i> .....	122
c. Perhitungan Goodness of Fit (GoF) .....	122
3.4.3. Pengujian Hipotesis .....	123
3.5 Pembahasan.....	129
3.5.1 Pengaruh Fitur Layanan (X1) terhadap Minat Beli (Z).....	129
3.5.2 Pengaruh Promosi Penjualan (X2) terhadap Minat Beli (Z) .....	130

3.5.3.	Pengaruh Fitur Layanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	131
3.5.4.	Pengaruh promosi penjualan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	132
3.5.5	Pengaruh minat beli (Z) terhadap keputusan pembelian (Y).....	132
3.5.6.	Pengaruh fitur layanan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z).....	134
3.5.7.	Pengaruh promosi penjualan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z).....	134
BAB IV PENUTUP .....		136
4.1	Kesimpulan .....	136
4.2	Kendala Penelitian.....	137
4.3	Saran .....	137

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1. Data Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2020 (dalam jutaan)....	2
Tabel 1.2 Data Ulasan Konsumen di Halaman Shopee .....	7
Tabel 1.1 Beberapa Penelitian Terdahulu Atas Dasar Judul, Metode, dan Hasil .....	37
Tabel 1.2 Skala Likert .....	57
Tabel 1.3 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural .....	62
Tabel 2.1 Data Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia Tahun 2017-2019 (dalam jutaan).....	73
Table 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Layanan .....	75
Table 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	76
Table 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	76
Table 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	77
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Table 3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	80
Tabel 3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan per Bulan .....	81
Tabel 3.10 Shopee memberikan kemudahan akses informasi melalui fitur layanan ..	83
Tabel 3.11 Shopee memberikan keragaman layanan dalam bertransaksi melalui fitur layanan yang tersedia .....	84
Tabel 3.12 Terdapat keberagaman fitur layanan pada Shopee .....	86
Tabel 3.13 Keberagaman fitur layanan Shopee memudahkan saat melakukan pembelian .....	87
Tabel 3.14 Shopee menampilkan inovasi produk melalui fitur layanan.....	88
Tabel 3.15 Rata rata item variabel Fitur Layanan.....	89
Tabel 3.16 Adanya beberapa iklan Shopee di beberapa sosial media dan media elektronik.....	91
Tabel 3.17 Shopee memberikan informasi promosi penjualan melalui brosur atau	

spanduk .....	92
Tabel 3.18 Shopee memberikan promosi penjualan pada saat-saat tertentu (hari libur nasional) .....	93
Tabel 3.19 Shopee bekerja sama dengan beberapa tenant dengan adanya promosi penjualan .....	95
Tabel 3.20 Shopee menyebarkan informasi mengenai promosi penjualan melalui <i>public figure</i> .....	96
Tabel 3.21 Rata-rata item variabel Promosi Penjualan.....	97
Tabel 3.22 Shopee mempunyai promosi penjualan melalui produknya (Shopee Pay). .....	99
Tabel 3.23 Adanya fitur layanan dan promosi penjualan saya berminat untuk melakukan pembelian melalui shopee. ....	100
Tabel 3.24 Adanya fitur layanan dan promosi penjualan saya bekeinginan untuk melakukan pembelian melalui shopee. ....	102
Tabel 3.25 Adanya fitur layanan dan promosi penjualan saya yakin untuk melakukan pembelian melalui shopee. ....	103
Tabel 3.26 Rata-rata <i>Item</i> Variabel Minat Beli.....	104
Tabel 3.26 Adanya fitur layanan dan promosi penjualan saya berminat untuk melakukan pembelian ulang melalui shopee.....	106
Tabel 3.27 Mempunyai akun shopee untuk melakukan pembelian produk secara <i>online</i> .....	107
Tabel 3.28 Pelanggan mendapat informasi mengenai fitur layanan dan promosi penjualan shopee dari orang-orang sekitar.....	109
Tabel 3.29 Pelanggan memilih menggunakan shopee setelah mengetahui fitur layanan dan promosi penjualan yang tersedia .....	111
Tabel 3.30 Pelanggan memutuskan melakukan pembelian di shopee karena dirasa menguntungkan.....	112
Tabel 3.31 Merasa puas setelah melakukan pembelian di shopee .....	113

Tabel 3.32 Rata-rata <i>Item</i> Variabel Keputusan Pembelian .....	114
Tabel 3.33 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	118
Tabel 3.34 Cross Loading .....	119
Tabel 3.35 Composite Reliability .....	120
Tabel 3.36 Koefisien Deteminasi.....	121
Tabel 3.37 Hasil Pengujian Hipotesis .....	125

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 E-Commerce Share of Transaction Value (2021) .....	6
Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen menurut Kotler Kotler (2009) .....	12
Gambar 1.4 Tahap Pengambilan Keputusan .....	27
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran .....	47
Gambar 1.12 Model Hipotesis .....	50
Gambar 2.1 Logo Shopee.....	66
Gambar 2.1 .....	68
Gambar 2.3 Contoh Promosi Penjualan Shopee .....	70
Gambar 2.4 Ulasan terkait minat beli konsumen Shopee .....	71
Gambar 3.1 Diagram Jalur disertai Nilai Loading Factor.....	117
Gambar 3.3 Model Hipotesis Teruji.....	126