

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Usaha dan Lokasi Penelitian.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha dan Strategi Secara Umum.....	2
1.1.5 Produk dan Layanan.....	6
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	22
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II.....	24
TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Rangkuman Teori.....	24
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	24
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	25

2.1.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	26
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.1.5 Pengertian E-commerce.....	32
2.1.6 Hubungan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian....	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	50
2.4 Hipotesis.....	52
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	52
BAB III.....	53
METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Variabel Operasional.....	53
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.2.2 Skala Pengukuran.....	56
3.3 Tahapan Penelitian.....	57
3.4 Populasi dan Sampel.....	58
3.4.1 Populasi.....	58
3.4.2 Sampel.....	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5.1 Data Primer.....	60
3.5.2 Data Sekunder.....	60
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	60
3.6.1 Uji Validitas.....	61
3.6.2 Uji Realibilitas.....	63
3.7 Teknik Analisis Data.....	64
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	65
3.7.2 Analisis Data Bivariat.....	67
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.9 Method Succesive Interval (MSI).....	67
3.10 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
3.11 Uji Hipotesis.....	69
3.12 Koefisien Determinasi.....	70
BAB IV.....	72
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72

4.1 Pengumpulan Data.....	72
4.2 Karakteristik Responden.....	72
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	75
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	77
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang dibeli ...	78
4.3 Hasil Penelitian.....	79
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	79
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	96
4.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	98
4.3.4 Uji Hipotesis.....	99
4.3.5 Koefisien Korelasi.....	101
4.3.6 Koefisien Determinasi.....	104
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
4.4.1 Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kecantikan Secara Online di E-commerce Shopee.....	104
4.4.2 Keputusan Pembelian Dalam Pembelian Produk Kecantikan Secara Online di E-commerce Shopee.....	106
4.4.3 Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online di E-commerce Shopee.....	107
BAB V.....	111
KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	113
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN	

