

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan Shopee.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi – Misi Shopee .....	1
1.1.4 ShopeeFood .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	16
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
2.1 Landasan Teori .....	17
2.1.1 Pemasaran .....	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3 Promosi Penjualan .....	18
2.1.4 Electronic Word Of Mouth.....	21
2.1.5 Diskon.....	21
2.1.6 Jenis-Jenis Diskon.....	21

2.1.7 Faktor Faktor Pemberian Diskon .....	22
2.1.8 Dimensi Variabel Diskon .....	22
2.1.9 Online Customer Rating .....	23
2.1.10 Dimensi Online Customer Rating .....	23
2.1.11 Keputusan Pembelian .....	24
2.1.12 Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
2.1.13 Hubungan Diskon terhadap Online Customer Rating .....	26
2.1.14 Hubungan Diskon terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.1.15 Hubungan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian .	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi .....	28
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional.....	33
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional .....	36
2.3 Kerangka Penelitian .....	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	40
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	42
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	42
3.2.1 Variabel Operasional .....	42
3.2.2 Skala Pengukuran .....	46
3.3 Populasi dan Sampel .....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel .....	47
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	47
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
3.5.1 Uji Validitas .....	48
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.6 Teknik Analisis Data .....	51
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	51
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.7.1 Uji Normalitas.....	52
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	53

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.7.3 Uji Linearitas .....	53
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.9 Pengujian Hipotesis.....	56
3.9.1 Uji F (Simultan).....	56
3.9.2 Uji T (Uji Parsial).....	56
3.9.3 Koefisien Determinasi .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	57
4.2 Karakteristik Responden .....	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.3 Hasil Penelitian .....	58
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	58
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	67
4.4.1 Uji Normalitas .....	67
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	69
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	70
4.4.4 Uji Linieritas X1 Terhadap Y .....	70
4.4.5 Uji Linieritas X2 Terhadap Y .....	71
4.4.6 Uji Autokorelasi.....	71
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.6 Uji Hipotesis.....	73
4.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	74
4.6.2 Uji Parsial (Uji T) .....	74
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi .....	76
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
4.7.1 Analisis Deskriptif Variabel Diskon (X1) .....	76
4.7.2 Analisis Deskriptif Variabel Online Customer Rating (X2).....	77
4.7.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
4.7.4 Pengaruh Diskon dan Online Customer Rating Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian. ....	78

4.7.5 Pengaruh Diskon Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.7.6 Pengaruh Online Customer Rating Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	83
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>