

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah PT. Shopee Indonesia .....	1
1.2 Latar Belakang .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Aspek Teoritis.....	7
1.5.2 Aspek Praktis.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 <i>Marketing Mix</i> .....	9
2.1.3 Pengertian <i>Product</i> .....	9
2.1.4 Pengertian <i>Price</i> .....	10
2.1.5 Pengertian <i>Promotion</i> .....	11
2.1.6 Pengertian <i>Place</i> .....	12
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.8 <i>Consumer Decision Making Process</i> .....	16
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis Penelitian.....	29
2.3.1 Pengaruh <i>Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	29
2.3.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	30

2.3.3 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	30
2.3.4 Pengaruh <i>Place</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	33
3.2.1 Variabel Operasional .....	33
3.2.2 Skala Pengukuran .....	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	36
3.4 Populasi dan Sampel .....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel .....	38
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.5.1 Data Primer.....	39
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Evaluasi Model Struktural .....	42
3.7.2 Pengujian Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	44
4.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
4.1.2 Responden berdasarkan Usia.....	44
4.1.3 Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
4.1.4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.5 Responden berdasarkan Intensitas Berbelanja di Platform Shopee.....	47
4.1.6 Responden berdasarkan Pendapatan/Uang Saku (Perbulan) .....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Model Pengukuran.....	49
4.2.2 Model Struktural .....	52
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
4.3.1 <i>Product</i> Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan terhadap <i>Purchase Decisi</i> .....	56
4.3.2 <i>Price</i> Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	57
4.3.3 <i>Promotion</i> Berpengaruh Secara Positif namun Tidak Signifikan terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	57

4.3.4 <i>Place</i> Berpengaruh Secara Positif terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	59
5.2.1 Aspek Teoritis.....	59
5.2.2 Aspek Praktis.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>