

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	22
C. Rumusan Masalah	23
D. Tujuan Penelitian	23
E. Kegunaan Penelitian	24
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	25
G. Penegasan Variabel	26
H. Sistematika Penulisan Skripsi	30

BAB II LANDASAN TEORI.....	33
A. <i>Grand Theory</i> Perilaku Konsumen	33
B. Keputusan Pembelian.....	41
C. <i>Live Streaming</i>	47
D. Gratis Ongkir	52
E. Diskon	56
F. Penelitian Terdahulu	61
G. Kerangka Konseptual.....	68
H. Hipotesis Penelitian	69
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 71
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	71
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	72
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	76
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	77
E. Teknik Analisis Data.....	81
1. Uji Instrumen Data	81
a. Uji Validitas	81
b. Uji Reliabilitas	82
2. Uji Asumsi Klasik	82
a. Uji Normalitas.....	82
b. Uji Multikolinearitas	83
c. Uji Heteroskedastisitas.....	84
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	85
4. Uji Hipotesis	86
a. Uji Parsial (T)	86
b. Uji Simultan (F)	87
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88

BAB IV HASIL PENELITIAN 89

A. Deskripsi Responden.....	89
B. Deskripsi Data Variabel Penelitian	92
C. Hasil Analisis Data	103
1. Uji Instrumen Data	103
a. Uji Validitas	103
b. Uji Reliabilitas	105
2. Uji Asumsi Klasik	106
a. Uji Normalitas.....	106
b. Uji Multikolinearitas	107
c. Uji Heteroskedastisitas.....	107
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	108
4. Uji Hipotesis	110
a. Uji Parsial (T)	110
b. Uji Simultan (F)	112
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	113

BAB V PEMBAHASAN 114

A. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui <i>Marketplace</i> Shopee Pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung	114
B. Pengaruh Gratis Ongkir (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui <i>Marketplace</i> Shopee Pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung	117
C. Pengaruh Diskon (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui <i>Marketplace</i> Shopee Pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung	121
D. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X1), Gratis Ongkir (X2) dan Diskon (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui <i>Marketplace</i> Shopee Pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.....	124

BAB VI PENUTUP	129
A. Kesimpulan.....	129
B. Saran.....	131
 DAFTAR PUSTAKA.....	 133
LAMPIRAN-LAMPIRAN	139

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pemberian Skor Angket	77
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian	78
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Profesi	90
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Domisili	91
Tabel 4.5	Deskripsi Data Variabel <i>Live Streaming</i> (X1)	93
Tabel 4.6	Deskripsi Data Variabel Gratis Ongkir (X2)	95
Tabel 4.7	Deskripsi Data Variabel Diskon (X3)	98
Tabel 4.8	Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Live Streaming</i> (X1)	103
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Gratis Ongkir (X2)	103
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Diskon (X3)	104
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	105
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	106
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	107
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	107
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	108
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial (T)	110
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (F)	112
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2024.....	2
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2017-2024.....	4
Gambar 1.3	Kunjungan 5 Situs <i>Marketplace</i> (kuartal I dan II tahun 2024)	6
Gambar 1.4	<i>Marketplace</i> Paling Banyak Digunakan Dikalangan Generasi Z	8
Gambar 1.5	Persentase Generasi Penduduk Indonesia Tahun 2024.....	9
Gambar 1.6	Jumlah Generasi Z di Kabupaten Tulungagung Tahun 2023	10
Gambar 1.7	Penjualan Dengan Fitur Shopee <i>Live Streaming</i>	16
Gambar 1.8	Penggunaan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir di Shopee.....	18
Gambar 1.9	Penggunaan <i>Voucher</i> Diskon di Shopee	20
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	139
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	143
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	151
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas	153
Lampiran 5	Hasil Uji Normalitas.....	154
Lampiran 6	Hasil Uji Multikolinearitas	155
Lampiran 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	155
Lampiran 8	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	155
Lampiran 9	Hasil Uji Parsial (T)	156
Lampiran 10	Hasil Uji Simultan (F)	156
Lampiran 11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	156
Lampiran 12	Kartu Kendali Bimbingan Skripsi	157
Lampiran 13	Daftar Biodata Penulis.....	170