

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Surat Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah.....	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Transliterasi.....	xvii
Abstrak	xxii
Abstract	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian.....	9
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
G. Penegasan Variabel.....	15

H. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Grand Theory.....	20
B. Gratis Ongkir	22
C. Live Streaming.....	23
D. Konten Pemasaran	26
E. Keputusan Pembelian	28
F. Penelitian Terdahulu.....	33
G. Kerangka Konseptual	44
H. Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian.....	50
C. Variabel dan Pengukuran	50
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	52
E. Instrumen Penelitian	55
F. Teknik Pengumpulan Data.....	57
G. Analisis Data.....	58
H. Tahapan Penelitian.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	68
A. Deskripsi Data	68
B. Karakteristik Responden	70
C. Deskripsi Variabel	75
D. Pengujian Hipotesis	80
BAB V PEMBAHASAN	93

A. Pengaruh Promosi Gratis Ongkir (X1), <i>Live Streaming</i> (X2), dan Konten Pemasaran (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	93
B. Pengaruh Gratis Ongkir (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Pada Platform Shopee.....	95
C. Pengaruh <i>Live Streaming</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Platform Shopee	98
D. Pengaruh Konten Pemasaran (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Platform Shopee.....	101
BAB VI PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Huruf Konsonan.....	xvi
Tabel 0.2 Vokal Tunggal.....	xvii
Tabel 0.3 Vokal Rangkap.....	xviii
Tabel 0.4 Maddah.....	xviii
Tabel 3.1 Ukuran Skala Likert	50
Tabel 3.2 Kisi -Kisi Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 3.3 Ukuran Alpha (α)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi.....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	89
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji F)	90
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna E-Commerce Di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Platform E-Commerce Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia Tahun 2025.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 4.1 Diagram Program Studi Responden.....	72
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden	73
Gambar 4.3 Diagram Pengguna Shopee	74
Gambar 4.4 Diagram Pengguna Fitur Gratis Ongkir Dan <i>Live Streaming</i>	75
Gambar 4.5 Diagram Audiens Konten Pemasaran	76
Gambar 4.6 Diagram Hasil Jawaban Responden Variabel Gratis Ongkir (X1) ...	77
Gambar 4.7 Diagram Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Live Streaming</i> (X2)..	78
Gambar 4.8 Diagram Hasil Jawaban Responden Variabel Konten Pemasaran (X3).....	79
Gambar 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (G-Form Online)	118
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	132
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	135
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	135
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	137
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	138
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	138
Lampiran 9 Surat Izin Penelitian.....	139
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi	140
Lampiran 11 Biodata Diri	154