

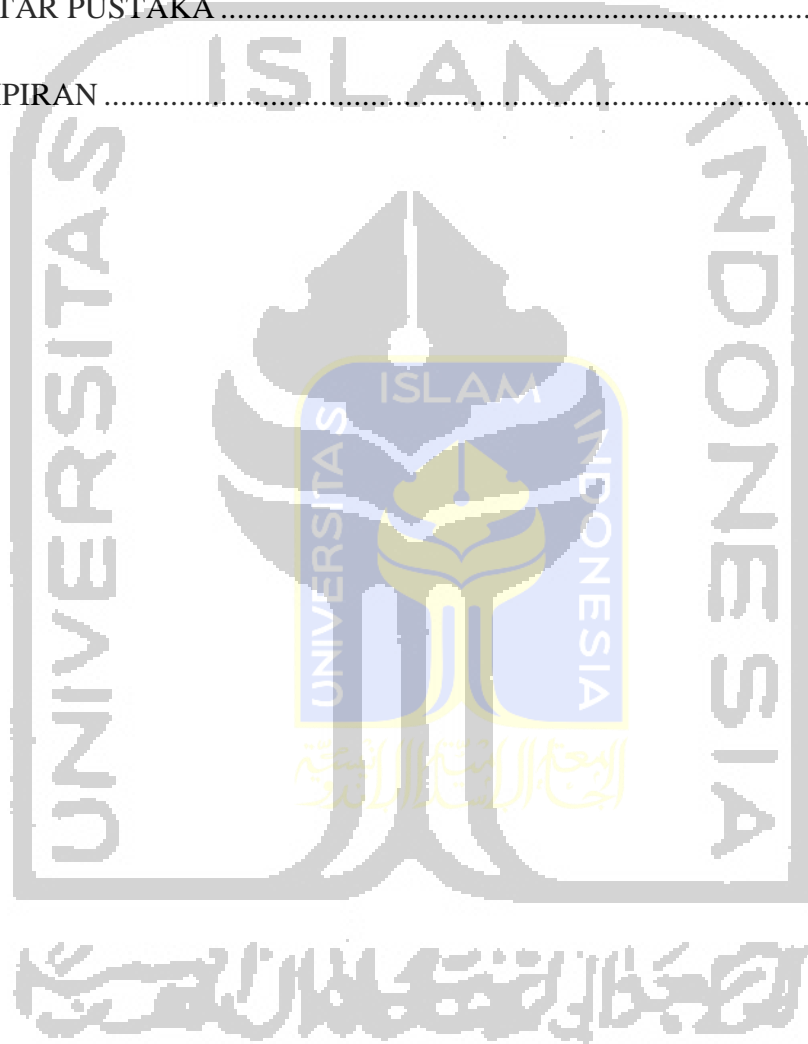
DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Motto.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Persepsi Harga.....	11
2.2 Kepercayaan.....	13
2.3 Nilai Yang Dirasakan	15
2.4 Niat Beli.....	16
2.5 Kerangka Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Lokasi Penelitian.....	18
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.2.1 Persepsi Harga.....	18
3.2.2 Kepercayaan	19
3.2.3 Nilai yang dirasakan.....	19
3.2.4 Niat beli.....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5 Teknis Analisis Data.....	27
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	27
3.5.2 Alat Statistik	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Analisis Deskriptif Responden	36

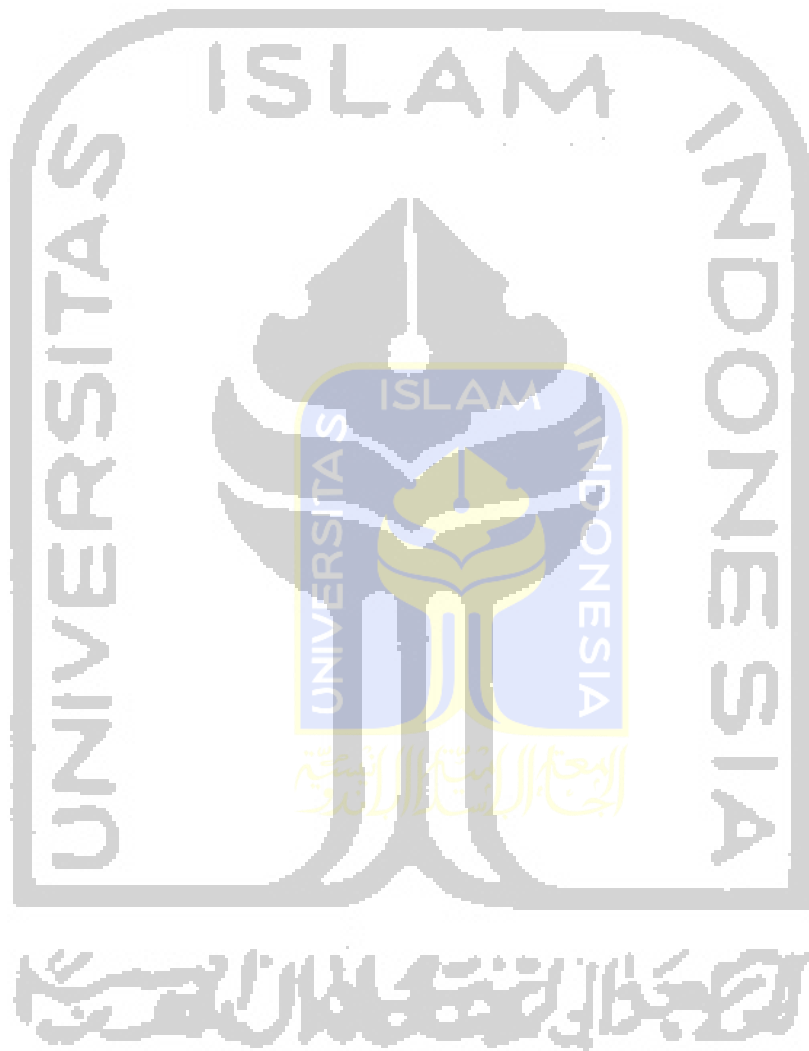
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	36
4.1.2 Usia Responden.....	37
4.1.3 Semester Kuliah Responden.....	38
4.1.4 Pengeluaran Responden.....	39
4.1.5 Frekuensi Belanja Menggunakan Aplikasi Shopee.....	40
4.1.6 Kategori Produk yang Dibeli Menggunakan Aplikasi Shopee.....	41
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Masing-Masing Variabel.....	42
4.3 Analisis Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	43
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	45
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	46
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Nilai Yang Dirasakan.....	47
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	49
4.4 Analisis SEM (Structural Equation Modelling).....	50
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	50
4.4.2 Uji Confirmatory Factor Analysis.....	55
4.4.3 Identifikasi Model Struktural.....	56
4.4.4 Analisis Struktural.....	57
4.4.5 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	58
4.4.6 Uji Hipotesis.....	61
4.5 Pembahasan.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	76



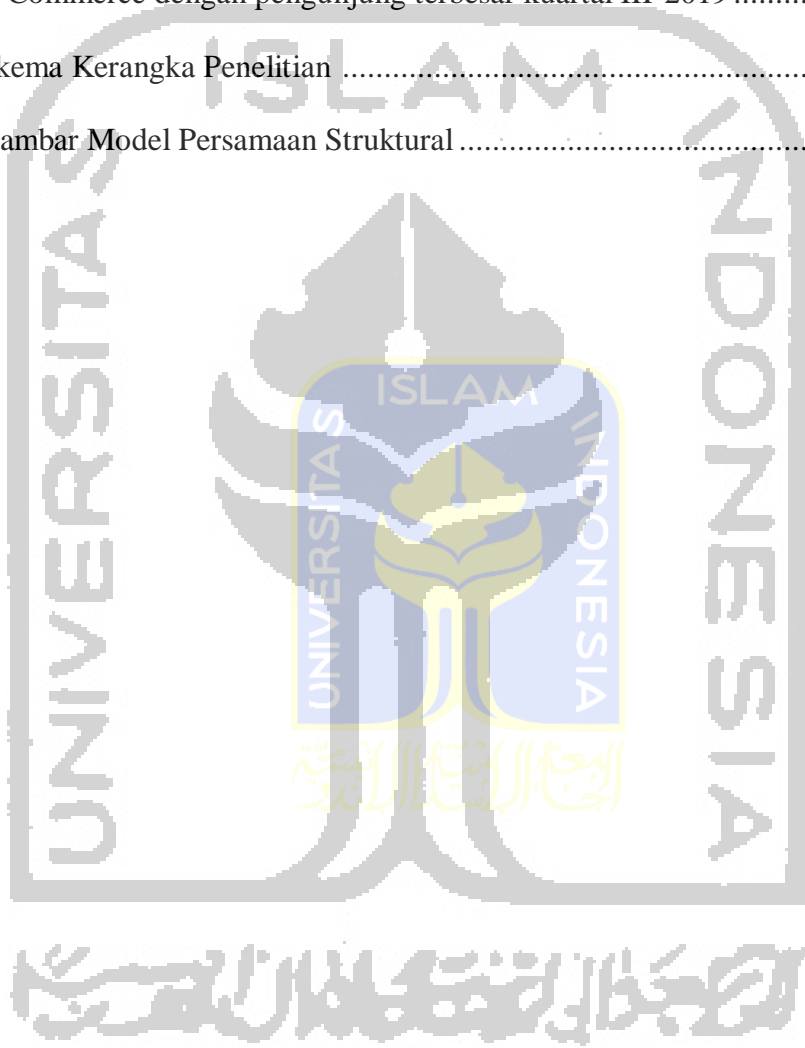
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Uji Validitas Instrumen	25
3.2 Uji Reliabilitas Instrumen	26
3.3 Kriteria Uji <i>Goodness of Fit</i>	33
4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	36
4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	37
4.3 Karakteristik Responden Menurut Semester Kuliah.....	38
4.4 Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran Per Bulan.....	39
4.5 Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Belanja	40
4.6 Karakteristik Responden Menurut Kategori Produk yang Dibeli.....	41
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Model Masing-Masing Variabel	42
4.8 Interval Penilaian	44
4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	45
4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	46
4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Nilai Yang Dirasakan.....	47
4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli	49
4.13 Uji Normalitas Data	51
4.14 Uji Data <i>Outlier</i>	53
4.15 Uji Validitas dan Reliabilitas Model Struktural	56
4.16 <i>Computation of Degrees Freedom</i>	57
4.17 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Indeks</i>	58
4.18 Hasil Uji Hipotesis	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Pengguna Internet di Indonesia (1998-2018)	2
1.2 E-Commerce dengan pengunjung terbesar kuartal III-2019	4
2.1 Skema Kerangka Penelitian	17
4.1 Gambar Model Persamaan Struktural	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	77
2. Data Uji Instrumen.....	83
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	85
4. Data Analisis.....	89
5. Data Perhitungan Frekuensi Responden	97
6. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	99
7. Pengujian SEM	106

