

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS..7	
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	7
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 Persepsi Risiko.....	11
2.1.5 Kepercayaan.....	12
2.1.6 Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.2 Pendekatan Penelitian	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.3.1 Data Primer	22
3.3.2 Data Sekunder.....	23
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.4.1 Populasi Penelitian.....	23
3.4.2 Sampel Penelitian	23
3.5 Definisi dan Operasional Variabel	24
3.5.1 Definisi Variabel.....	24
3.5.2 Operasional Variabel	25
3.6 Analisis Data	25

3.6.1 Analisis Deskriptif	25
3.6.2 Tingkat Persepsi Risiko, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian	25
3.6.3 Pengukuran Skala	27
3.6.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
3.6.5 Metode Suksesif Interval (MSI)	33
3.6.6 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.7 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.6.8 Uji Koefisien Determinasi	35
3.6.9 Uji Hipotesis	35
BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	37
4.1 Gambaran Umum Shopee	37
4.2 Perkembangan Shopee di Indonesia	37
4.3 Visi dan Misi Shopee Indonesia	38
4.3.1 Visi	38
4.3.2 Misi	38
4.4 Struktur Organisasi Shopee Indonesia	39
4.4.1 Divisi <i>In-House</i>	39
4.4.2 Divisi <i>User and Seller</i>	39
4.4.3 Divisi <i>Curation</i>	39
4.4.4 Divisi <i>KOL Management</i>	40
4.5 Sumber Produk	40
4.6 Produk-Produk Shopee Segar	40
4.6.1 Buah Segar	40
4.6.2 Sayuran Segar	41
4.6.3 Sumber Protein	41
4.6.4 Pelengkap Makanan	41
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Karakteristik Responden	42
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	44
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
5.2 Tingkat Persepsi Risiko	45
5.3 Tingkat Kepercayaan Konsumen	48
5.4 Tingkat Keputusan Pembelian	52
5.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
5.5.1 Uji Validitas	55
5.5.2 Uji Reliabilitas	55
5.6 Uji Asumsi Klasik	55
5.6.1 Uji Normalitas	55
5.6.2 Uji Multikolinieritas	56
5.6.3 Uji Heteroskedastisitas	56
5.7 Analisis Regresi Linier Berganda	56
5.7.1 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian	57

5.7.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	58
5.7.3 Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian secara Simultan	59
5.8 Uji Koefisien Determinasi.....	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68
RIWAYAT HIDUP	86