

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	9
BAB II KERANGKA TEORITIS .....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Minat Beli.....	11
2. Persepsi Harga ( <i>Perceived Price</i> ).....	18
3. Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ).....	24
4. <i>Affiliate Marketing</i> .....	29
5. <i>Live Shopping</i> .....	36
B. Penelitian Terdahulu .....	38
C. Kerangka Pemikiran.....	45
D. Hipotesis .....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	51

A. Metode Penelitian .....	51
B. Operasional Variabel.....	52
C. Populasi dan Sampel .....	60
1. Populasi .....	60
2. Sampel .....	60
D. Teknik Pengumpulan Data.....	62
E. Instrumen Penelitian .....	62
F. Uji Persyaratan Analisis.....	72
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	73
H. Waktu dan Tempat Penelitian .....	81
1. Waktu Penelitian .....	81
2. Tempat Penelitian.....	82
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
A. Profil .....	83
1. Sejarah Perusahaan .....	83
2. Logo Shopee.....	84
3. Visi dan Misi Perusahaan .....	84
4. Tujuan Perusahaan .....	84
5. Motto Perusahaan .....	85
6. Fitur layanan shopee.....	86
B. Hasil Penelitian .....	87
1. Deskripsi Responden .....	87
2. Analisis Statistik Deskriptif.....	89
3. Uji Persyaratan Analisis .....	99

4. Analisis data .....	104
C. Pembahasan.....	119
BAB V PENUTUP .....	133
A. Kesimpulan .....	133
B. Saran .....	133
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	144

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ).....	53
Tabel 3.2 Operasional Variabel Persepsi Kualitas ( $X_2$ ).....	54
Tabel 3.3 Operasional Variabel Affiliate Marketing ( $X_3$ ) .....	55
Tabel 3.4 Operasional Variabel Live Shopping ( $X_4$ ).....	58
Tabel 3.5 Operasional Variabel Minat Beli (Y).....	59
Tabel 3.6 Kisi- Kisi Instrumen.....	63
Tabel 3.7 Skala Pengukuran.....	67
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ).....	68
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas ( $X_2$ ) .....	69
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Variabel Affiliate Marketing ( $X_3$ ).....	69
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Variabel Live Shopping ( $X_4$ ) .....	70
Tabel 3.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	70
Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Masing-masing Variabel .....	71
Tabel 3.14 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	77
Tabel 3.15 Alokasi Waktu Penelitian.....	82
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	87
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	88
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	88
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif .....	89
Tabel 4.5 Total Skor Pernyataan Persepsi Harga ( $X_1$ ).....	90
Tabel 4.6 Total Skor Pernyataan Persepsi Kualitas ( $X_2$ ) .....	92

Tabel 4.7 Total Skor Pernyataan Affiliate Marketing ( $X_3$ ).....	94
Tabel 4.8 Total Skor Pernyataan Live Shopping ( $X_4$ ) .....	96
Tabel 4.9 Total Skor Pernyataan Minat Beli ( $Y$ ) .....	98
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	99
Tabel 4.11 Hasil Uji Lienaritas Persepsi Harga .....	100
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Persepsi Kualitas .....	101
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Affiliate Marketing .....	101
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Live Shopping .....	102
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana .....	104
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Sederhana Variabel Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	105
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	106
Tabel 4.20 Hasil Uji t Variabel Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	106
Tabel 4.21 Hasil Uji Korelasi Sederhana Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli.....	107
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Sederhana Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli.....	108
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli .....	109
Tabel 4.24 Hasil Uji T Variabel Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli.....	109

Tabel 4.25 Hasil Korelasi Sederhana Variabel Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli .....	110
Tabel 4.26 Hasil Analisis Regresi Sederhana Variabel Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli.....	111
Tabel 4.27 Hasil Koefisien Determinasi Variabel Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli.....	112
Tabel 4.28 Hasil Uji T Variabel Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli .....	112
Tabel 4.29 Hasil Korelasi Sederhana Variabel Live Shopping Terhadap Minat Beli .....	113
Tabel 4.30 Hasil Analisis Regresi Sederhana Variabel Live Shopping Terhadap Minat Beli.....	114
Tabel 4.31 Koefisien Deteminasi Variabel Live Shopping Terhadap Minat Beli .....	115
Tabel 4.32 Hasil Uji T Variabel Live Shopping Terhadap Minat Beli .....	115
Tabel 4.33 Hasil Koefisien Korelasi Berganda.....	116
Tabel 4.34 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	117
Tabel 4.35 Koefisien Determinasi.....	118
Tabel 4.36 Hasil Uji F.....	119

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal III 2023 .....	2
Gambar 1.2 Data Studi Pendahuluan Terkait Frekuensi Pembelian Pengguna Shopee di Tasikmalaya .....	3
Gambar 1.3 Data Studi Pendahuluan Faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli pada Pengguna Shopee di Tasikmalaya.....	4
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	49
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	84
Gambar 4.2 Histogram Persepsi Harga .....	90
Gambar 4.3 Historgram Persepsi Kualitas .....	92
Gambar 4.4 Historgram Affiliate Marketing .....	94
Gambar 4.5 Histogram Live Shopping .....	96
Gambar 4.6 Histogram Minat Beli.....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	144
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas .....	150
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	158
Lampiran 4 Hasil Uji Prasyarat Analisis.....	159
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis .....	162
Lampiran 6 Surat Keputusan.....	165
Lampiran 7 Revisi Seminar Usulan Penelitian .....	166
Lampiran 8 Revisi Seminar Hasil .....	167
Lampiran 9 Biodata Penulis .....	169