

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian	16
1.5.1 Lokasi Penelitian	16
1.5.2 Waktu Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	17
2.1 Tinjauan Pustaka	17
2.1.1 Minat Beli	17
2.1.2 Harga	21
2.1.2.1 Pengertian Harga	21
2.1.2.2 Peran Harga	22

2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.1.2.4 Strategi Harga	25
2.1.2.5 Indikator Harga.....	26
2.1.3 Selera Konsumen.....	27
2.1.3.1 Indikator Selera Konsumen	27
2.1.4 Kepercayaan	28
2.1.4.1 Indikator Kepercayaan.....	28
2.1.5 Penelitian Terdahulu	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
2.2.1 Hubungan Harga terhadap Minat Beli	34
2.2.2 Hubungan Selera Konsumen terhadap Minat Beli	35
2.2.3 Hubungan Kepercayaan terhadap Minat Beli	36
2.3 Hipotesis.....	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	38
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.2.2.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.3 Model Penelitian.....	42
3.3 Teknik Analisis Data.....	43
3.3.1 Analisis Deskriptif Kuesioner	43
3.3.2 Metode <i>Sucessive Interval</i>	45
3.3.3 Uji Alat Pengumpulan Data	46
3.3.4 Analisis Jalur	47
3.3.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	49
3.3.6 Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian	53

4.1.1	Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.1.1.1	Harga produk pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	53
4.1.1.2	Selera konsumen pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	58
4.1.1.3	Kepercayaan pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	62
4.1.1.4	Minat beli pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	67
4.1.2	Analisis Data Hasil Penelitian.....	71
4.1.2.1	Harga produk pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	53
4.1.2.2	Selera konsumen pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	58
4.1.2.3	Kepercayaan pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	62

4.1.2.4	Minat beli pada aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	67
4.2	Pembahasan.....	75
4.2.1	Kondisi Harga, Selera Konsumen, Kepercayaan, Dan Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.....	75
4.2.2	Pengaruh Harga, Selera Konsumen dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.....	77
4.2.2.1	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	77
4.2.2.2	Pengaruh Selera Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	78
4.2.2.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	80

4.2.3 Pengaruh Harga, Selera Konsumen dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Jadwal Penelitian.....	14
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	36
3.2	Nilai, Notasi dan Predikat Pertanyaan Positif	41
3.3	Nilai, Notasi dan Predikat Pertanyaan Negatif	41
3.4	Formulasi untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel Penelitian	45
4.1	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Harga	54
4.2	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Harga produk pada aplikasi Shopee.....	55
4.3	Kriteria penilaian indikator Harga secara keseluruhan	58
4.4	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Selera konsumen	59
4.5	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Selera konsumen pada aplikasi Shopee.....	60
4.6	Kriteria penilaian indikator Selera konsumen secara keseluruhan	62
4.7	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Kepercayaan	63
4.8	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Kepercayaan pada aplikasi Shopee.....	64
4.9	Kriteria penilaian indikator Kepercayaan secara keseluruhan	66
4.10	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Minat beli	67
4.11	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Minat beli pada aplikasi Shopee	68
4.12	Kriteria penilaian indikator Minat beli secara keseluruhan	71
4.13	Pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y	72

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Proyeksi Transaksi <i>E-Commerce</i>	6
1.2	5 Top Aplikasi E-Commerce di Indonesia.....	7
1.3	Pertumbuhan Shopee Tahun 2023.....	8
1.4	Persentase Keluhan Utama Pengguna Shopee Tahun 2023	9
1.5	<i>Important Factors That People to Buy Product Online</i>	11
2.1	Kerangka Pemikiran	36
3.1	Model Penelitian	39
4.1	Koefisien Jalur Struktur hubungan Antara Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	87