

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Bagi Peneliti.....	10
1.5.2 Bagi Perusahaan.....	10

1.5.1	Bagi Institusi.....	11
1.6	Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	LANDASAN TEORI.....	12
2.1	Minat Beli	12
2.2	Media Sosial	14
2.3	Kualitas Aplikasi.....	16
2.4	Kerangka Pikir	19
2.5	Kerangka Pikir	20
2.6	Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III	METODE PENELITIAN	24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Sumber Data	24
3.3	Metode Pengumpulan Data	24
3.4	Populasi dan Sampel	25
3.4.1	Populasi.....	25
3.4.2	Sampel.....	25
3.5	Variable Penelitian	26
3.5.1	Variabel Penelitian Independen	26
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen.....	26
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.7	Uji persyaratan instrumen	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	27
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	28
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	28
3.8.2	Uji Linearitas Sampel	29
3.8.3	Uji Multikolinearitas Sampel.....	29
3.9	Metode Analisis Data	30
3.9.1	Regresi Linear Berganda.....	30

3.10 Pengujian Hipotesis	30
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)	30
3.10.2 Uji Parsial (Uji-f)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Deskripsi Data	32
4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden	32
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	37
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	37
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	38
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	38
4.3.2 Hasil Uji Linearitas.....	39
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas	40
4.4 Hasil Analisis Data.....	40
4.4.1 Regresi Linear Berganda.....	40
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	41
4.4.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-f)	42
4.5 Pembahasan.....	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1 Simpulan.....	46
5.2 Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar Marketplace Terpopuler Di Indonesia	2
1.2 Hasil Pra Survey Kualitas Aplikasi Zalora	2
2.1 Penelitian Terdahulu	19
3.1 Skala Pengukuran	25
3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.4 Interpretasi Nilai r	28
4.1 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.2 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Usia.....	33
4.3 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	33
4.4 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Intensitas Pembelian	34
4.5 Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Kategori Produk	34
4.6 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden	35
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel	37
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	38
4.9 Hasil Uji Normalitas	39
4.10 Hasil Uji Linearitas	39
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	40
4.12 Persamaan Regresi Linearitas Berganda	40
4.13 Hasil Model Summary	41
4.14 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji- t).....	42
4.15 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji- f).....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Jumlah Pengguna E-Eommerce Di Indonesia	1
1.2 Grafik Presentase Pengunjung Zalora Tahun 2021	2
1.3 Grafik Media Sosial Yang Digunakan Untuk Pemasaran Produk	5
1.4 Grafik Jumlah Pengikut Instagram Zalora Tahun 2021.....	6
1.5 Grafik Presentase Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan aplikasi MobileE-Commerce.....	7
2.1 Gambar Kerangka Pikir	20
Gambar Kerangka Teori	