

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN</b> .....	vii
<b>PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Pelaksanaan Penelitian.....	9
1.5 Batasan dan Ruang Lingkup Masalah Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Deskripsi Tinjauan Teoritis.....	10
2.1.1 <i>Marketplace</i> .....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 <i>Belanja Online</i> .....	13
2.1.4 Ulasan Produk.....	15
2.1.5 Kualitas Produk .....	16
2.1.6 Harga .....	17
2.1.7 Minat Pembelian Kembali .....	18
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	25
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian .....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	27

3.4	Jenis dan Sumber Data yang digunakan .....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6	Operasional Variabel .....	30
3.7	Teknik Pengujian Instrumen.....	32
3.8	Metode atau Teknik Analisis Data .....	33
3.8.1	Uji Asumsi Klasik .....	33
3.8.2	Uji Hipotesis.....	33
3.8.3	Analisis Faktor .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	36
4.1.1	Sejarah Tempat Penelitian.....	36
4.1.2	Logo, Visi dan Misi Perusahaan .....	37
4.2	Deskripsi Pengumpulan Data .....	38
4.3	Gambaran Umum Responden.....	38
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
4.4.1	Uji Validitas .....	40
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	42
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	45
4.5.1	Uji Normalitas.....	45
4.6	Uji Hipotesis.....	46
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.6.2	Uji Parsial (Uji T).....	48
4.6.3	Uji Simultan (Uji F) .....	49
4.6.4	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ) .....	50
4.7	Analisis Faktor.....	51
4.7.1	KMO and Bartlett's Test .....	51
4.7.2	Measures of Sampling Adequacy (MSA) .....	52
4.7.3	Communalities .....	53
4.7.4	Total Variance Explained.....	53
4.8	Pembahasan .....	55
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Table 2 Operasional Variabel.....	31
Table 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Table 4 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Table 5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	39
Table 6 Hasil Uji Validitas Pre-test .....	40
Table 7 Hasil Uji Validitas Data Akhir.....	41
Table 8 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test.....	42
Table 9 Hasil Uji Reliabilitas Data Akhir .....	44
Table 10 Rangkuman Hasil Analisis Linier Berganda.....	47
Table 11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	48
Table 12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	50
Table 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2) .....	51
Table 14 KMO and Bartlett's Test.....	51
Table 15 Measures of Sampling Adequacy (MSA) .....	52
Table 16 Communalities .....	53
Table 17 Total Variance Explained.....	53

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Penetrasi Pengguna Internet 2019 – 2020 (Q2) .....	2
Gambar 2 2 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III 2019.....	4
Gambar 3 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III 2020.....	4
Gambar 4 Tren Minat Belanja Online Produk Kesehatan Selama Musim Covid-19 di Indonesia .....	5
Gambar 5 Logo Shopee.....	37
Gambar 6 Hasil Uji Normalitas Variabel Minat Pembelian Kembali.....	46