

# SKRIPSI

**... PENGARUH *SALES PROMOTION*, KEMUDAHAN AKSES, DAN KEAMANAN DATA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE**



Oleh :

**ANANDA TRI CAHYANI STYOWATI**  
NBI : 1211900247

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH SALES PROMOTION, KEMUDAHAN AKSES, DAN  
KEAMANAN DATA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
APLIKASI SHOPEE**



**Oleh :**

**Ananda Tri Cahyani Styowati**

**NBI : 1211900247**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**



**PENGARUH SALES PROMOTION, KEMUDAHAN AKSES, DAN  
KEAMANAN DATA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS  
1945 SURABAYA)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana  
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



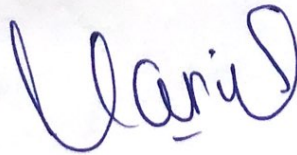
Oleh ;  
**Ananda Tri Cahyani Styowati**  
Nbi: 1211900247

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : ANANDA TRI CAHYANI STYOWATI  
NBI : 1211900247  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Sales promotion*, Kemudahan Akses, dan Keamanan Data Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Surabaya, 23 Juni 2023  
Mengetahui / Menyetujui  
Dosen Pembimbing,



Dra. EC. Dyah Rini Prihastuti, MM

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 04 Juli 2023.

### TIM PENGUJI:

1. Dr. Ulfi Pristiana, M.si
2. Dr. Estik Hari Pratiwi, MM
3. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty., MM

- Ketua

- Anggota

- Anggota

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.



## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Ananda Tri Cahyani Styowati (P)
2. NBI : 1211900247
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3524205006010003
6. Alamat Rumah (KTP) : RT 2, RW 01 Tunjung Mekar, Kalitengah,  
Lamongan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Sales Promotion*, Kemudahan Akses, dan Keamanan Data Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggungjawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 12 Juli 2023

Yang Membuat,



(Ananda Tri Cahyani Styowati)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Tri Cahyani Styowati  
NBI/ NPM : 1211900247  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**"PENGARUS SALES PROMOTION, KEMUDAHAN AKSES DAN KEAMANAN DATA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)"**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 12 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Ananda Tri Cahyani Styowati)

\*Coret yang tidak perlu



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, saya banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih saya sampaikan kepada:

1. Ibu Dra.EC.Dyah Rini Prihastuti,MM selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, serta wawasan. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberi untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan kritik dan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAL selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, Msi, Ak., Ca. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan selama menempuh proses perkuliahan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu saya serta memberikan kesempatan dan telah mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Ibu Dr,I,A. Brahma Ratih, M.M selaku dosen wali saya dari semester awal hingga akhir yang telah mengarahkan saya selama menempuh perkuliahan.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah banyak membantu untuk proses administrasi dari awal perkuliahan hingga dilaksanakannya ujian skripsi ini.
7. Teristimewa kedua orang tua saya Ibu Prihatin dan Almarhum Bapak Suryanto, yang selalu memberikan doa dan harapan terbaik untuk saya, memberikan kasih sayang saat dari kecil hingga dewasa, yang selalu memberikan dukungan dan



doa dalam menyusun skripsi .

8. Serta seluruh teman-teman saya terutama yang tersayang, Zulvi Ayu, Ridha Salsabila, Risya Salsabila, genk liburan's yang telah membantu mengarahkan saya dan memberikan semangat serta doa agar terselesaikannya skripsi ini.
9. Yang terakhir terima kasih untuk diri saya sendiri karena telah mampu berjuang hingga saat ini. Saat dimana saya mampu menyelesaikan studi hingga meraih gelar Sarjana.

Dengan ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Penulis berharap agar skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dijadikan implikasi selanjutnya bagi mahasiswa.

Surabaya, 27 Juni 2023

Penulis

## RINGKASAN

Shopee adalah situs web e-commerce yang berkantor pusat di Singapura dan dimiliki oleh Sea Limited (sebelumnya Garena), didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan kemudian melebarkan jangkauannya ke negara Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Indonesia dan Filipina. Sejak 2019, Shopee juga beroperasi di Brasil, yang merupakan negara pertama di luar Amerika Selatan dan Asia yang dikunjungi Shopee. Shopee sendiri dipimpin oleh mantan karyawan Rocket Internet yang bernama Chris Feng yang sebelumnya memimpin Zalora dan Lazada. Shopee masuk ke pasar Indonesia pada akhir Mei 2015 dan baru mulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015. Shopee hadir di Indonesia, menghadirkan pengalaman berbelanja terkini.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui Pengaruh *sale promotion*, kemudahan akses dan keamanan data terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee pada mahasiswa pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya . Hipotesis dalam penelitian ini yaitu *sales promotion* dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, kemudahan akses dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. , keamanan data dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya., dan *sales promotion*, kemudahan akses, dan keamanan data secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwasanya *sales promotion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,011 < 0,05$ . Keamanan data berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,049 < 0,05$ . *Sales promotion*, kemudahan akses dan keamanan data berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ .



## SUMMARY

Shopee is an e-commerce website headquartered in Singapore and owned by Sea Limited (formerly Garena), founded by Forrest Li in 2009. Shopee first launched in Singapore in 2015 and later expanded its reach to Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Indonesia and the Philippines. Since 2019, Shopee also operates in Brazil, which is the first country outside of South America and Asia that Shopee has visited. Shopee itself is led by former Rocket Internet employee Chris Feng who previously led Zalora and Lazada. Shopee entered the Indonesian market at the end of May 2015 and only started operating in Indonesia at the end of June 2015. Shopee is present in Indonesia, bringing the latest shopping experience.

This study aims to determine the effect of sale promotion, ease of access and data security on purchasing decisions on the shopee application for students at the Faculty of Economics and Business, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. The hypothesis in this study is that sales promotion can have a significant effect on purchasing decisions on the shopee application for students of the Faculty of Economics and Business, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, ease of access can have a significant effect on purchasing decisions on the shopee application for students of the Faculty of Economics and Business, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Data security can have a significant effect on purchasing decisions on the shopee application for students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Surabaya, and sales promotion, ease of access, and data security simultaneously have a significant effect on purchasing decisions on the shopee application for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.

Based on the research results obtained, it can be concluded that sales promotion has a significant effect on purchasing decisions, with a significance of  $0.001 < 0.05$ . Ease of access has a significant effect on purchasing decisions with a significance of  $0.011 < 0.05$ . Data security has a significant effect on purchasing decisions with a significance of  $0.049 < 0.05$ . Sales promotion, ease of access and data security simultaneously influence purchasing decisions with a significance of  $0.001 < 0.05$ .

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Sales Promotion*, Kemudahan Akses dan Keamanan Data Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah menggunakan atau berbelanja pada aplikasi shopee dengan menggunakan teknik sampling yaitu *non probability sampling* sebanyak 96 sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion*, Kemudahan Akses dan Keamanan Data sebagai variabel independen, Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software IBM SPSS Statistic 29 sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas Data. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan reliabel (karena nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0.60). Hasil uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi, antara lain 1). Berdistribusi normal 2). Bebas dari multikolinieritas; 3). Tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Kata Kunci :** *Sales Promotion*, Kemudahan Akses, Keamanan Data, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of Sales Promotion, Ease of Access and Data Security on Purchasing Decisions on the Shopee Application. This research uses quantitative methods. The population used in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Surabaya who had used or shopped at the shopee application using a sampling technique, namely non-probability sampling of 96 samples based on the specified criteria. The variables studied in this study are Sales Promo-tion, Ease of Access and Data Security as independent variables, Purchase Decision as the dependent variable.

The data collection technique used in this research is a questionnaire. The data analysis technique in this study uses Multiple Linear Regression Tests, Hypothesis Tests (t Test and F Test), and the Coefficient of Determination. Data processing in this study used the IBM SPSS Statistic 29 software program while the classical assumption tests used included the Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Data Normality Test. Overall, the indicators used in this study are valid (because the significance value of 0.001 is less than 0.05 and reliable (because the Cronbach's Alpha coefficient value > 0.60). The classic assumption test results also show that this study has met, including 1). Normally distributed 2). Free from multicollinearity; 3). There is no heteroscedasticity.

**Keywords:** Sales Promotion, Ease of Access, Data Security, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	i
COVER DALAM .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
RINGKASAN .....	ix
SUMMARY .....	x
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 E-commerce .....	8
2.1.3 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan) .....	9
2.1.4 Kemudahan Akses .....	11
2.1.5 Keamanan Data .....	13
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	14
2.1.7 Penelitian Terdahulu .....	17
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	21
2.2.1 Hubungan <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.2.2 Hubungan Kemudahan Akses Terhadap keputusan Pembelian .....	21
2.2.3 Hubungan Keamanan Data Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
2.4 Hipotesis .....	23



<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Desain Penelitian .....	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.3.2 Sumber Data .....	25
3.4 Populasi dan Sample .....	26
3.4.1 Populasi .....	26
3.4.2 Sample .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan data .....	27
3.5.1 Kuisisioner .....	27
3.6 Devinisi Variabel dan Definisi Operasional .....	28
3.6.1 Definisi Variabel .....	28
3.6.2 Definisi Operasional .....	29
3.7 Proses Pengolahan Data .....	31
3.7.1 Coding .....	31
3.7.2 Editing .....	31
3.7.3 Tabulating .....	31
3.8 Metode Analisis Data .....	31
3.8.1 Uji Instrumen .....	31
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	32
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	33
3.9.1 Pengujian Hipotesis .....	33
3.9.2 Analisis Data .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.1.1 Profil Singkat Shopee .....	37
4.1.2 Logo Shopee .....	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	38
4.2.1 Deskripsi Responden .....	38
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	39
4.3 Uji Instrumen .....	44
4.3.1 Hasil Validitas dan Uji Reliabilitas .....	44
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	49
4.4 Analisis Data .....	52
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53

4.5 Pengujian Hipotesis.....	54
4.5.1 Uji Simultan (Uji F) .....	54
4.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	55
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian .....	56
4.6.1 Pengaruh Sales promotion Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
4.6.2 Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.6.3 Pengaruh Keamanan Data Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.6.4 Pengaruh Sales Promotion, Kemudahan Akses, Keamanan Data Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.7 Implikasi Penelitian.....	58
4.8 Keterbatasan Penelitian .....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Total Jam Pengaksesan Aplikasi Belanja di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Data Pengunjung E-Commerce Terbanyak Di Indonesia .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	39
Tabel 4. 4 Skala Likert.....	39
Tabel 4. 5 Tanggapan dan penilaian responden tentang Sales Promotion .....	40
Tabel 4. 6 Tanggapan dan penilaian responden tentang Kemudahan Akses .....	41
Tabel 4. 7 Tanggapan dan penilaian responden tentang Keamanan Data .....	42
Tabel 4. 8 Tanggapan dan penilaian responden tentang Keputusan Pembelian .....	43
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Sales Promotion .....	45
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Sales Promotion .....	46
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Kemudahan Akses .....	46
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses .....	47
Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel Keamanan Data.....	47
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Variabel Keamanan Data.....	48
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinieritas .....	50
Tabel 4. 19 Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4. 20 Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	54
Tabel 4. 21 Hasil Uji f.....	54
Tabel 4. 22 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Shopee .....	37
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	65
Lampiran 2 Jawaban Kuisisioner .....	68
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden .....	74
Lampiran 4 Skala Likert.....	75
Lampiran 5 Deskripsi Jawaban Responden.....	76
Lampiran 6 Hasil Out Put SPSS 26 : .....	80
Lampiran 7 t Tabel.....	86
Lampiran 8 F Tabel.....	87
Lampiran 9 Logo Shopee .....	90
Lampiran 10 Surat keterangan melakukan penelitian .....	91
Lampiran 11 Fotocopy kartu bimbingan .....	92
Lampiran 12 Hasil turnitin .....	93