

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, SIARAN LANGSUNG DAN DISKON
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)**



Oleh:

SYAFA NUR KAMILA

NBI: 1212000009

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

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, SIARAN LANGSUNG DAN DISKON
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

SYAFA NUR KAMILA

NBI: 1212000009

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

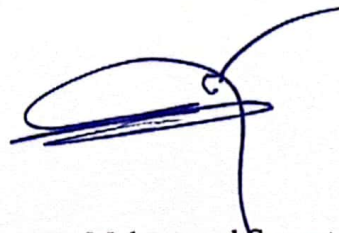
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Syafa Nur Kamila
NBI : 1212000009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya, 04 Januari 2024
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing

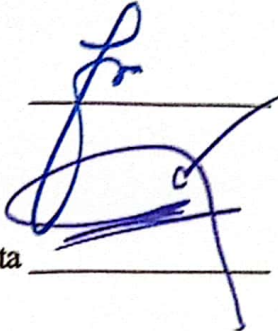


(Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM)

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan 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 12 Januari 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|----------------------------------|----------|---|
| 1. Dr. Ulfi Pristiana, MSi | - Ketua |  |
| 2. Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM | -Anggota |  |
| 3. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM | -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) : Syafa Nur Kamila (P)
2. NBI : 1212000009
3. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515124905010002
6. Alamat Rumah (KTP) : Penambangan 05/01

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)” Adalah benar benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil 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 bertanggung jawab secara mandiri tanpa adanya sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya

Surabaya, 12 Januari 2024

Yang Membuat



(Syafa Nur Kamila)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syafa Nur Kamila
NBI : 1212000009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

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

“Pengaruh Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



(Syafa Nur Kamila)

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

KATA PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga tercinta saya yang telah memberikan doa, dorongan, semangat, serta cinta yang berharga. Tanpa dukungan mereka, pencapaian ini tidak akan terwujud. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pembimbing, teman-teman, dan semua pihak yang telah memberikan masukan berharga, semangat, serta dukungan dalam proses penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar sarjana.

MOTTO

"Kesulitan dalam hidupmu tidak datang untuk menghancurkanmu, tetapi untuk membantumu menyadari potensi tersembunyimu."

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas Berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada penulis, dalam memberikan kesehatan, kemudahan, serta melapangkan pemikiran penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee ini dapat dikerjakan dan disusun sebaik mungkin.** Penyusunan skripsi ini dilaksanakan sebagai pemenuhan kewajiban menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi:

1. Bapak Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dukungan, ilmu, serta selalu meluangkan waktu disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Semoga jerih payah bapak dibalas Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan.
2. Prof. 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 Ekonomidan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi Bisnis.
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.S selaku Ketua Program Studi Manajemen. Terimakasih telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu dan banyak membantu kelancaran proses perkuliahan penulis.
5. Bapak Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM dan Ibu Drg. Paramita Studiviany Soemadijo, MM, selaku dosen penguji seminar proposal. Serta Ibu Dr. Ulfi Pristina, Msi dan Bapak Drs. Ec. Rudy Santoso, MM selaku penguji sidang akhir skripsi. Terimakasih telah memberikan kritik dan saran, dukungan, ilmu, dan meluangkan waktu disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Semoga jerih payah bapak dan ibu dibalas Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan.

6. Seluruh staff dan karyawan tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Orang tua penulis yang sangat dicintai dan dibanggakan. Ayah Muslik dan Ibu Siti Zulaikah. Berkat doa, dukungan, semangat serta motivasi tiada henti dari beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai dan dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, karena tanpa doa dan dukungan dari beliau saya tidak mungkin sampai di titik ini.
8. My Beloved Twin "Shofi Nur Azizah", dalam setiap langkah kami bersama dalam menuntaskan skripsi ini, terima kasih tak terhingga. Setiap upaya, setiap ide yang kita bagi, telah menjadi pilar keberhasilan kita. Berkat kerjasama dan dukungan tanpa henti, kita berhasil melewati setiap rintangan. Semoga kebersamaan kita menjadi inspirasi untuk pencapaian lebih besar di masa depan. Thank You and I Love You, My Beloved Twin.
9. Teman teman dalam grup "Bestie Selamanya" (Shofi, Windi, Tiwi, Nia, Magfiro, Alif, Adri, Ody, Andika, Wahyu dan Irfan). Terima kasih telah kebersamai penulis dari awal perkuliahan serta membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir. Terimakasih sudah menjadi support system terbaik bagi penulis.
10. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah memperjuangkan setiap detik, setiap usaha, dan setiap tantangan yang muncul selama proses ini. Terima kasih telah tetap kuat di tengah hambatan, tetap gigih mencari solusi, dan terus maju meski ada saat-saat yang sulit. Terima kasih, diriku sendiri, atas semua yang telah dilakukan.

Surabaya, 04 Januari 2024



Syafa Nur Kamila

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* "Shopee". Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data, dianalisis menggunakan IBM SPSS Versi 27. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, Sempel terdiri dari 100 responden Uji instrument melibatkan uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda dengan Uji T, Uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Hasil Uji T menyatakan bahwa Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil Uji F menunjukkan bahwa Citra Merek, Siaran Langsung, dan Diskon secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* "Shopee". Uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu sebesar 65,4% sedangkan untuk sisanya sebesar 34,6% masih dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Kata Kunci: Citra Merek, Siaran Langsung, Diskon, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image, live broadcasts and discounts on purchasing decisions in "Shopee" e-commerce. The method used was quantitative with a questionnaire as a tool for data collection, analyzed using IBM SPSS Version 27. The sample collection technique used non-probability sampling. The sample consisted of 100 respondents from Management Study Program students at the University of 17 August 1945 Surabaya. Instrument testing involves testing validity, reliability, and multiple linear regression analysis with T Test, F Test, and coefficient of determination (R^2).

The results of this research show that all the indicators used in this research are valid and reliable. The T Test results state that Brand Image, Live Streaming, and Discounts partially have a significant influence on Purchasing Decisions. The results of the F Test show that Brand Image, Live Broadcasts, and Discounts simultaneously have a significant influence on Purchase Decisions on E-commerce "Shopee". The Coefficient of Determination Test (R^2) shows that the influence of the independent variable on the dependent variable is 65.4%, while the remaining 34.6% is still influenced by other variables outside the model studied.

Keywords: *Brand Image, Live Streaming, Discounts, Purchase Decisions*

RINGKASAN

Shopee, anak perusahaan SEA Group (dahulu Garena), didirikan pada 2015 di Singapura. Dipimpin oleh Chris Feng, Shopee adalah platform e-commerce yang aktif di beberapa negara termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Taiwan, China, dan Brazil. Dapat diakses melalui situs web atau aplikasi di Apps Store atau Play Store. Shopee Awalnya C2C, Shopee beralih ke B2C dengan peluncuran Shopee Mall pada 2017, menyediakan platform bagi toko resmi. Mereka berkolaborasi dengan 70 layanan kurir global dan penyedia layanan transportasi online. Sejak 2020, Shopee Express, layanan pengiriman khusus, tersedia untuk penjual terpilih yang dikelola oleh tim Shopee. Logo Shopee oranye dengan gambar keranjang belanja dan huruf 'S' yang menarik, simbolis, dan mencerminkan identitas Shopee.

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, adapun waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Oktober – Desember 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan jenis data kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil uji normalitas menggunakan pengujian one sampel Kolmogorov Smirnov (KS), memiliki nilai distribusi normal sebab Exact. Sig 2 Tailed (0,200), lebih besar dari $\alpha = 5\%$ (0,05) dapat dikatakan berdistribusi normal. Kemudian hasil Uji R^2 didapatkan nilai pada Adjusted R Square sebesar 0.654 atau 65,4% yang artinya pengaruh Citra Merek (X_1), Siaran Langsung (X_2) dan Diskon (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sedangkan sisanya sebesar 34,6% masih di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil uji F menunjukan bahwa hasil yang di peroleh nilai F hitung sebesar $63,336 > 2,72$ Dengan nilai signifikan sebesar 0.001

SUMMARY

Shopee, a subsidiary of SEA Group (formerly Garena), was founded in 2015 in Singapore. Led by Chris Feng, Shopee is an e-commerce platform active in several countries including Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, the Philippines, Taiwan, China and Brazil. Can be accessed via the website or application on the Apps Store or Play Store. Shopee Originally C2C, Shopee shifted to B2C with the launch of Shopee Mall in 2017, providing a platform for official stores. They collaborate with 70 global courier services and online transportation service providers. Since 2020, Shopee Express, a dedicated delivery service, is available to selected sellers managed by the Shopee team. The orange Shopee logo with an image of a shopping basket and the letter 'S' is attractive, symbolic and reflects Shopee's identity.

This research was conducted on students at the University of 17 August 1945 Surabaya, while the research was carried out from October – December 2023. The population in this research were students of the Management Study Program at the University of 17 August 1945 Surabaya. The number of samples used in this research was 100 respondents using quantitative data types. The analysis technique used is multiple regression analysis, with hypothesis testing using partial tests (T Test), Simultaneous Tests (F Test) and Coefficient of Determination Test (R2).

The results of the normality test using the one sample Kolmogorov Smirnov (KS) test have normal distribution values because they are Exact. Sig 2 Tailed (0.200), greater than $\alpha = 5\%$ (0.05) can be said to be normally distributed. Then the R2 test results show that the Adjusted R Square value is 0.654 or 65.4%, which means the influence of Brand Image (X1), Live Broadcasts (X2) and Discounts (X3) on Purchasing Decisions (Y) while the remaining 34.6% is still influenced by other variables not studied. Based on the results of the F test, it shows that the calculated F value is $63.336 > 2.72$ with a significant value of 0.001

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN.....	xii
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 LANDASAN TEORI.....	7
2.1.1 <i>Manajemen Pemasaran</i>	7
2.1.2 <i>Pemasaran</i>	7
2.1.3 <i>Bauran Pemasaran</i>	8
2.1.4 <i>Perilaku Konsumen</i>	9
2.1.5 <i>Citra Merek</i>	10
2.1.5.1 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	10
2.1.5.2 Indikator Citra Merek	10

2.1.6	<i>Siaran Langsung (Live Streaming)</i>	11
2.1.6.1	Jenis Aplikasi Siaran Langsung (<i>Live Streaming</i>)	12
2.1.6.2	Indikator Siaran Langsung (<i>Live Streaming</i>)	12
2.1.7	<i>Diskon</i>	12
2.1.7.1	Jenis-jenis Diskon	13
2.1.7.2	Indikator Diskon	13
2.1.8	<i>Keputusan Pembelian</i>	14
2.1.8.1	Tipe-tipe Keputusan Pembelian	14
2.1.8.2	Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2	PENELITIAN TERDAHULU	16
2.3	HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	19
2.3.1	<i>Hubungan Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian</i>	19
2.3.2	<i>Hubungan Antara Siaran Langsung Dengan Keputusan Pembelian</i>	19
2.3.3	<i>Hubungan Antara Diskon Dengan Keputusan Pembelian</i>	19
2.4	KERANGKA KONSEPTUAL	20
2.5	HIPOTESIS PENELITIAN	20
BAB III		21
METODE PENELITIAN		21
3.1	DESAIN PENELITIAN	21
3.2	TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	21
3.2.1	<i>Tempat Penelitian</i>	21
3.2.2	<i>Waktu Penelitian</i>	21
3.3	JENIS DAN SUMBER DATA	21
3.3.1	<i>Jenis Data</i>	21
3.3.2	<i>Sumber Data</i>	22
3.4	POPULASI DAN SAMPEL	22
3.4.1	<i>Populasi</i>	22
3.4.2	<i>Sampel</i>	22
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	23
3.6	DEFINISI VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL	23
3.6.1	<i>Definisi Variabel</i>	23
3.6.2	<i>Definisi Operasional</i>	24
3.6.2.1	<i>Citra Merek</i>	24
3.6.2.2	<i>Siaran Langsung (Live Streaming)</i>	24
3.6.2.3	<i>Diskon</i>	25
3.6.2.4	<i>Keputusan Pembelian</i>	25
3.7	PROSES PENGOLAHAN DATA	26
3.8	METODE ANALISIS DATA	27
3.8.1	<i>Uji Instrumen</i>	27
3.8.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	27

3.9	TEKNIK PENGUJIAN HIPOTESIS DAN ANALISIS DATA.....	28
3.9.1	<i>Teknik Pengujian Hipotesis</i>	28
3.9.1.1	Uji Simultan	28
3.9.1.2	Uji Parsial (Uji T)	28
3.9.2	<i>Analisis Data</i>	29
3.9.2.1	Analisis Linier Berganda	29
3.9.2.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	29
BAB IV		31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	31
4.2	DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	31
4.2.1	<i>Deskripsi Karakteristik Responden</i>	31
4.2.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	32
4.2.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Kujungan Shopee	32
4.2.1.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian.....	33
4.2.2	<i>Deskripsi Variabel Penelitian</i>	33
4.2.2.1	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	34
4.2.2.2	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Siaran Langsung (X2)	35
4.2.2.3	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Diskon (X3)	36
4.2.2.4	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	37
4.3	METODE ANALISIS DATA	38
4.3.1	<i>Uji Instrumen</i>	38
4.3.1.1	Uji Validitas	38
4.3.1.2	Uji Reabilitas	40
4.3.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	41
4.3.2.1	Uji Normalitas	41
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas.....	41
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	42
4.4	ANALISIS DATA	43
4.4.1	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	43
4.4.2	<i>Analisis Koefisien Determinasi (R^2)</i>	45
4.5	PENGUJIAN HIPOTESIS	45
4.5.1	<i>Uji Parsial (Uji T)</i>	45
4.5.2	<i>Uji Simultan (Uji F)</i>	47
4.6	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	47
4.6.1	<i>Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian</i>	47
4.6.2	<i>Pengaruh Siaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian</i>	48
4.6.3	<i>Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian</i>	48
4.7	IMPLIKASI PENELITIAN	49
4.8	KETERBATASAN PENELITIAN	50

BAB V	51
PENUTUP.....	51
5.1 KESIMPULAN.....	51
5.2 SARAN	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata – Rata Jumlah Kunjungan Ke 5 Situs E-commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I – Kuartal II)	1
Gambar 1.2 Contoh Penjualan Online	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Program Studi.....	32
Tabel 4.3 Kunjungan Shopee	32
Tabel 4.4 Transaksi Pembelian.....	33
Tabel 4.5 Penelitian Analisis Deskriptif.....	34
Tabel 4.6 Variabel X1.....	34
Tabel 4.7 Variabel X2.....	35
Tabel 4.8 Variabel X3.....	36
Tabel 4.9 Variabel Y	37
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	39
Tabel 4.11 Uji Reabilitas.....	40
Tabel 4.12 Uji Normalitas	41
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
Tabel 4.16 Uji T	46
Tabel 4.17 Uji F	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Identitas Responden dan Pernyataan	57
Lampiran 1.2 Tabulasi Data Penelitian	62
Lampiran 1.3 SPSS	72
Lampiran 1.4 Surat Izin Penelitian	81
Lampiran 1.5 Kartu Bimbingan Skripsi	82
Lampiran 1.6 Bukti Turnitin	83