

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEAMANAN  
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT  
BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE.**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**



**Oleh :**

**Bima Renaldy**

**NBI : 1211600169**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2020**

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEAMANAN  
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT  
BELI ONLINE PADA MARKETPLACE 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 :**

**Bima Renaldy**

**NBI : 1211600169**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama Lengkap : Bima Renaldy

NBI : 1211600169

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : “Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Keamanan Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli pada *Marketplace Shopee.*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya, 3 Juli 2020

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,



**Dr. Endah Budiarti, M.Si**

## **LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Dipertahankan didepan siding 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.....,.....,2020

### **TIM PENGUJI :**

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM. - Ketua \_\_\_\_\_

2. Dr. Tri Andjarwati, MM - Anggota \_\_\_\_\_

3. Dr. Endah Budiarti, M.Si - Anggota \_\_\_\_\_

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



NPP. 20220.93.0319



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
S U R A B A Y A

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 civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bima Renaldy  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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:

**"ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KEAMANAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINATBELI ONLINE PADA MARKETPLACE 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 : 17 Juli 2020



(Bima Renaldy)

## **SURAT PERNYATAAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Bima Renaldy
2. NBI : 1211600169
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578041411980003
6. Alamat Rumah : Karangan 3/40 RT.05/RW.01 Kec.Wonokromo kel. Sawunggaling, Kota. Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Keamanan Berbelanja dan rasa nyaman Konsumen Terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee.” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 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 ada hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapapun paut dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.



## **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 Ekonomi Manajemen 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. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya berikan kepada :

1. Dr.Endah Budiarti, M.Si selaku Pembimbing saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran dalam proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., AK., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Dr. Ec. Ulfi Pristiana, M,Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan dan memperbolehkan saya untuk melaksanakan penelitian. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Tri Andjarwati, MM. selaku ketua penguji dan Dr. Ida Bagus Cempena, MM. selaku penguji, dalam sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Untuk Ayahanda, Koko Heru p. Terimakasih telah menjadi Bapak yang terbaik buat saya, yang selalu mengajarkan untuk menjadi orang bekerja keras, bertanggung jawab serta orang yang selalu bersyukur. Terimakasih juga Bima ucapkan karena Bapak selalu mengingatkan kemanapun Bima pergi agar tetap tunduk, sopan dan santun serta tetap rendah hati.
7. Untuk Ibunda, Eny Widyastuti Terimakasih Ibu telah memberiku semangat yang luar biasa, dan selalu memberi dukungan yang tiada henti sehingga Bima dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sampai dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan surat-surat kepengurusan skripsi dari awal sampai akhir.
9. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
10. Yang terakhir terimakasih banyak buat teman laki- laki tersegalanya. Shobihul Anam, Yogi Agil Prasetyo, Agustino, Ridho Dwi Pratama, dan Pranda Alqona'ah, yang sudah mendukung dan selalu mensupport Yassinta selama penggerjaan skripsi ini, semoga kalian diberi kesehatan selalu, agar semangat dalam menjalani kehidupan. Sukses selalu buat kalian dan semoga tetap dalam lindungan Alloh SWT.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “**Semangat**”

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terimakasih.

Surabaya, 20 Juli 2020

Bima Renaldy

## RINGKASAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, terutama dalam bisnis yang berbasis dengan internet atau yang sering kita sebut *e-commerce*. Dengan adanya peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan maka akan memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan dari fenomena yang ada yaitu dengan cara membuat bisnis toko *online* yang merupakan bagian dari *e-commerce*. Berdasarkan uraian-uraian dan data-data penunjang yang telah dicantumkan, penulis menyadari bahwa *e-commerce* memiliki manfaat yang penting guna menghadapi tantangan global, kemajuan teknologi informasi, dan pergeseran perilaku konsumen yang lebih menyukai aktivitas yang praktis, cepat, dan modern. Untuk mencapai keberhasilan suatu *e-commerce*, terdapat tiga variabel yang ingin penulis teliti yaitu promosi penjualan dan keamanan belanja, dan kepercayaan konsumen dimana dengan tiga variabel tersebut dapat diketahui pengaruhnya terhadap minat beli di *e-commerce*.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang mengetahui dan pernah berbelanja menggunakan *Marketplace Shopee*. Dengan cara menyebar kuesioner melalui *google form* kepada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah melakukan belanja *online* di *market place Shopee* yang mana jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, khususnya adalah *Judgement Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2016:122). Alasan digunakan teknik *Judgement Sampling* dikarenakan tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan ketentuan yang telah penulis tentukan.

Hasil penelitian pada taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa: (1) promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar  $7,872 > 1,661$  dan probabilitas  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$  (2) Keamanan berbelanjaberpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli

dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,054 > 1,661$  dan probabilitas  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ , (3) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,842 > 1,661$  dan probabilitas  $< \alpha$  yaitu  $0,005 < 0,05$ , dan (4) Secara simultan promosi penjualan, keamanan berbelanja dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $51,427$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $3,09$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Penelitian ini diharapkan mampu sebagai penunjang dasar minat beli online pada market place shopee dengan menggunakan Promosi penjualan ( $X_1$ ), Keamanan berbelanja ( $X_2$ ), Kepercayaan konsumen ( $X_3$ ). Hal ini bertujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan minat beli online pada market place shopee lebih baik dari sebelumnya. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru mengenai Promosi penjualan ( $X_1$ ), Keamanan berbelanja ( $X_2$ ), Kepercayaan konsumen ( $X_3$ ) pada Minat beli online pada market place Shopee.

## **ABSTRAK**

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, terutama dalam bisnis yang berbasis dengan internet atau yang sering kita sebut e-commerce. Pertumbuhan bisnis e-commerce yang cepat, sejalan dengan makin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Melihat fenomena di atas peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Keamanan Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli pada *Marketplace Shopee.*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Terdapat tiga variabel yang ingin penulis teliti yaitu promosi penjualan dan keamanan belanja, dan kepercayaan konsumen dimana dengan tiga variabel tersebut dapat diketahui pengaruhnya terhadap minat beli di *e-commerce*. Pada penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Khususnya adalah *Judgement Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Hasil penelitian pada taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa: (1) promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar  $7,872 > 1,661$  dan probabilitas  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$  (2) Keamanan berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,054 > 1,661$  dan probabilitas  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ , (3) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung}$  untuk lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,842 > 1,661$  dan probabilitas  $< \alpha$  yaitu  $0,005 < 0,05$ , dan (4) Secara simultan promosi penjualan, keamanan berbelanja dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $51,427$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $3,09$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci:** Promosi penjualan, Keamanan belanja, Kepercayaan konsumen, Minat beli

## **ABSTRACT**

The development of the business world in Indonesia today has experienced very rapid growth, especially in businesses based on the internet or what we often call e-commerce. Fast e-commerce business growth, in line with the increasing number of internet users in Indonesia. With a significant increase in the number of internet users it will provide opportunities for business people to benefit from the phenomena that exist by creating an online store business that is part of e-commerce. Seeing the above phenomenon, the researchers intend to conduct research with the title: "Analysis of the Effect of Sales Promotion, Shopping Safety and Consumer Confidence on Purchase Interest in the Shopee Marketplace." (Case Study on University of Economics and Business Faculty Students 17 August 1945 Surabaya).

The objectives to be achieved in accordance with the formulation of the problems that have been described above are to achieve the success of an e-commerce, there are three variables that the author wants to examine, namely sales promotion and shopping security, and consumer confidence in which the three variables can be known to influence on buying interest in e-commerce. In this study using the Nonprobability Sampling method, which is a sampling technique that does not provide equal opportunity or opportunity for each element or member of the population to be selected as a sample. Sampling in this study using Purposive Sampling, specifically Judgment Sampling is a sampling technique with certain considerations.

The results of the research at the significance level of 0.05 indicate that: (1) sales promotion has a positive and significant effect on buying interest with a tcount greater than ttable of  $7.872 > 1.661$  and probability  $<\alpha$  is  $0.000 < 0.05$  (2) Security influences influence positive and significant impact on buying interest with a tcount greater than ttable is  $5.054 > 1.661$  and probability  $<\alpha$  is  $0.000 < 0.05$ , (3) Consumer confidence has a positive and significant effect on buying interest with a tcount for greater than t table that is equal to  $2.842 > 1.661$  and probability  $<\alpha$  is  $0.005 < 0.05$ , and (4) Simultaneously sales promotion, shopping safety and trust have a positive and significant effect on buying interest with a Fcount value of 51.427, greater than Ftable, 3.09 with a significance level of  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** Sales promotion, shopping security, consumer confidence, buying interest

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN PLAGIAT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
RINGKASAN .....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	12
DAFTAR ISI.....	13
DAFTAR GAMBAR.....	17
DAFTAR TABEL .....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRA .....	Error! Bookmark not defined.
BAB 1 PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat teoritis .....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis .....	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Promosi .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Bauran Promosi .....	Error! Bookmark not defined.

2.1.4	Promosi Penjualan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5	Keamanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6	Kepercayaan Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7	Minat Beli.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2	Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1	Hubungan Promosi Penjualan dan Minat Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2	Hubungan Keamanan Berbelanja dan Minat Beli.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3	Hubungan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.4	Kerangka Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4	Hipotesis Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 3	METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Jenis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Populasi dan Sample Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Sampel penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.3	Teknik Pengambilan Sample .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional**Error! Bookmark not defined.**

3.6.1 Definisi Variabel.....**Error! Bookmark not defined.**

3.6.2 Definisi Operasional .....**Error! Bookmark not defined.**

3.7 Proses Pengolahan Data.....**Error! Bookmark not defined.**

3.8 Metode Analisis Data .....**Error! Bookmark not defined.**

3.8.1 Uji Kualitas Data .....**Error! Bookmark not defined.**

3.9 Teknik Pengujian Dan Analisis Data ....**Error! Bookmark not defined.**

3.9.1 Analisis Deskriptif .....**Error! Bookmark not defined.**

3.9.2 Uji Prasyarat Analisis .....**Error! Bookmark not defined.**

3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda...**Error! Bookmark not defined.**

3.10 Pengujian Hipotesis .....**Error! Bookmark not defined.**

#### BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Shopee Internasional Indonesia**Error! Bookmark not defined.**

4.1.2 Karakteristik Responden .....**Error! Bookmark not defined.**

4.2 Deskripsi Responden Terhadap Variabel Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Jawaban responden pada point pertanyaan mengenai promosi penjualan dapat ditampilkan sebagai berikut : .....**Error! Bookmark not defined.**

4.3 Uji Instrumen .....**Error! Bookmark not defined.**

4.3.1 Uji Validitas.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3.2 Uji Reliabilitas .....**Error! Bookmark not defined.**

4.4 Uji Asumsi Klasik .....**Error! Bookmark not defined.**

4.4.1 Uji Normalitas .....**Error! Bookmark not defined.**

4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.1	Hasil Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.2	Hasil Uji t .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.3	Hasil Uji F .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli <i>online</i> pada <i>marketplace</i> Shopee. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.2	Pengaruh Keamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli <i>Online</i> pada <i>marketplace</i> Shopee. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli <i>Online</i> pada <i>marketplace</i> Shopee. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.4	Pengaruh Promosi Penjualan, Keamanan berbelanja, Kepercayaan Konsumen Secara Bersama-Sama (Simultan) Terhadap Minat Beli <i>online</i> pada <i>marketplace</i> Shopee. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.5	Implikasi Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7	Keterbatasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 5	PENUTUP .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4. 1 Grafik Histogram..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Hasil Uji *P-Plot*..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas **Error!**      **Bookmark**      **not**  
**defined.**

