

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Kerangka Penulisan	6
BAB II GAMBARAN UMUM.....	8
2.1 Profil Shopee	8
2.2 Studi Literatur	14
2.2.1 Pengertian Pengaruh.....	14
2.2.2 Definisi <i>Tagline</i>	15
2.2.3 <i>Tagline</i> Gratis Ongkir.....	23
2.2.4 Keputusan Pembelian	24
2.3 Hipotesis.....	43
2.4 Metodologi Penelitian	44
2.4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
2.4.2 Jenis Penelitian	45
2.4.3 Definisi Operasional Variabel	45

2.4.4 Indikator Penelitian	46
2.4.5 Populasi dan Sampel	46
2.4.6 Sumber Data.....	46
2.4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	47
2.4.8 Analisis Data	48
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
3.1 Responden.....	49
3.2 Hasil dan Analisis Data	51
3.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	51
3.2.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.2.3 Uji Regresi Linier Sederhana	59
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
4.1 Kesimpulan.....	64
4.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Shopee.....	8
Gambar 2.3 Tampilan Halaman Awal Shopee.....	11
Gambar 2.4 Tahp-tahap Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.5 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	33
Gambar 2.6 Hirarki Kebutuhan Maslow	35
Gambar 3.1 Jenis Kelamin Responden	49
Gambar 3.2 Usia Responden.....	50
Gambar 3.3 Pengeluaran Responden	51
Gambar 3.4 Uji Asumsi Klasik Keputusan Pembelian	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji Validitas Pengaruh Tagline Shopee ‘Gratis Ongkir’	52
Tabel 3.2 Uji Reabilitas Pengaruh Tagline.....	55
Tabel 3.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	56
Table 3.4 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 3.5 R Square.....	60