

## DAFTAR ISI

### ABSTRAK

### ABSTRACT

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Teori Yang Digunakan .....	14
1. Pemasaran .....	14
2. Manajemen Pemasaran .....	15
3. Keputusan Pembelian .....	16
a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .	17
b. Indikator Keputusan Pembelian .....	18
4. Iklan .....	20
a. Tujuan Iklan .....	22

b. Indikator Iklan .....	23
5. Youtube .....	24
a. Kelebihan Youtube .....	25
b. Indikator Media Sosial Youtube .....	26
6. Minat Beli .....	27
a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	28
b. Indikator Minat Beli .....	29
C. Kerangka Konseptual .....	29
1. Hubungan Antara Iklan Terhadap Minat Beli .....	30
2. Hubungan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
3. Hubungan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
4. Hubungan Antara Minat Beli Memediasi Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
D. Hipotesis Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Sifat Penelitian .....	33
C. Lokasi dan Periode Penelitian .....	33
1. Lokasi Penelitian .....	33
2. Periode Penelitian .....	34
D. Populasi Dan Sampel .....	34
1. Populasi .....	34
2. Teknik Penentuan Besar Sampel .....	34

3. Teknik <i>Samplings</i> .....	35
E. Jenis dan Sumber Data .....	35
F. Metode Pengumpulan Data .....	36
G. Defenisi Operasional Variabel .....	37
H. Teknik Analisis Data .....	39
1. Uji Instrumen .....	39
2. Uji Asumsi Klasik .....	40
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
4. Koefisien Determinasi (R) .....	43
I. Uji Hipotesis .....	44
1. Uji t .....	44
2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	47
A. Gambaran Objek Penelitian .....	47
1. Sejarah Shopee .....	47
2. Logo Shopee .....	48
3. Visi Dan Misi Shopee .....	48
4. Struktur Organisasi Shopee .....	49
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	50
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menggunakan Shopee .....	53
C. Deskripsi Jawaban Responden .....	53
1. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	54
2. Distribusi Frekuensi Variabel Iklan Media Sosial Youtube (X) .....	57
3. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Z) .....	59
D. Analisis Data .....	61
1. Uji Instrumen .....	61
a. Uji Validitas .....	61
b. Uji Reliabilitas .....	62
2. Uji Asumsi Klasik Persamaan I .....	63
a. Uji Normalitas .....	63
3. Uji Asumsi Klasik Persamaan II .....	65
a. Uji Normalitas .....	65
b. Uji Multikolinieritas .....	67
c. Uji Heteroskedastisitas .....	68
4. Pengujian Regresi Linear Berganda .....	69
5. Koefisien Determinasi (R) .....	72
E. Pengujian Hipotesis .....	73
1. Uji t (Parsial) .....	73
2. Analisis Jalur .....	77
F. Pembahasan .....	79

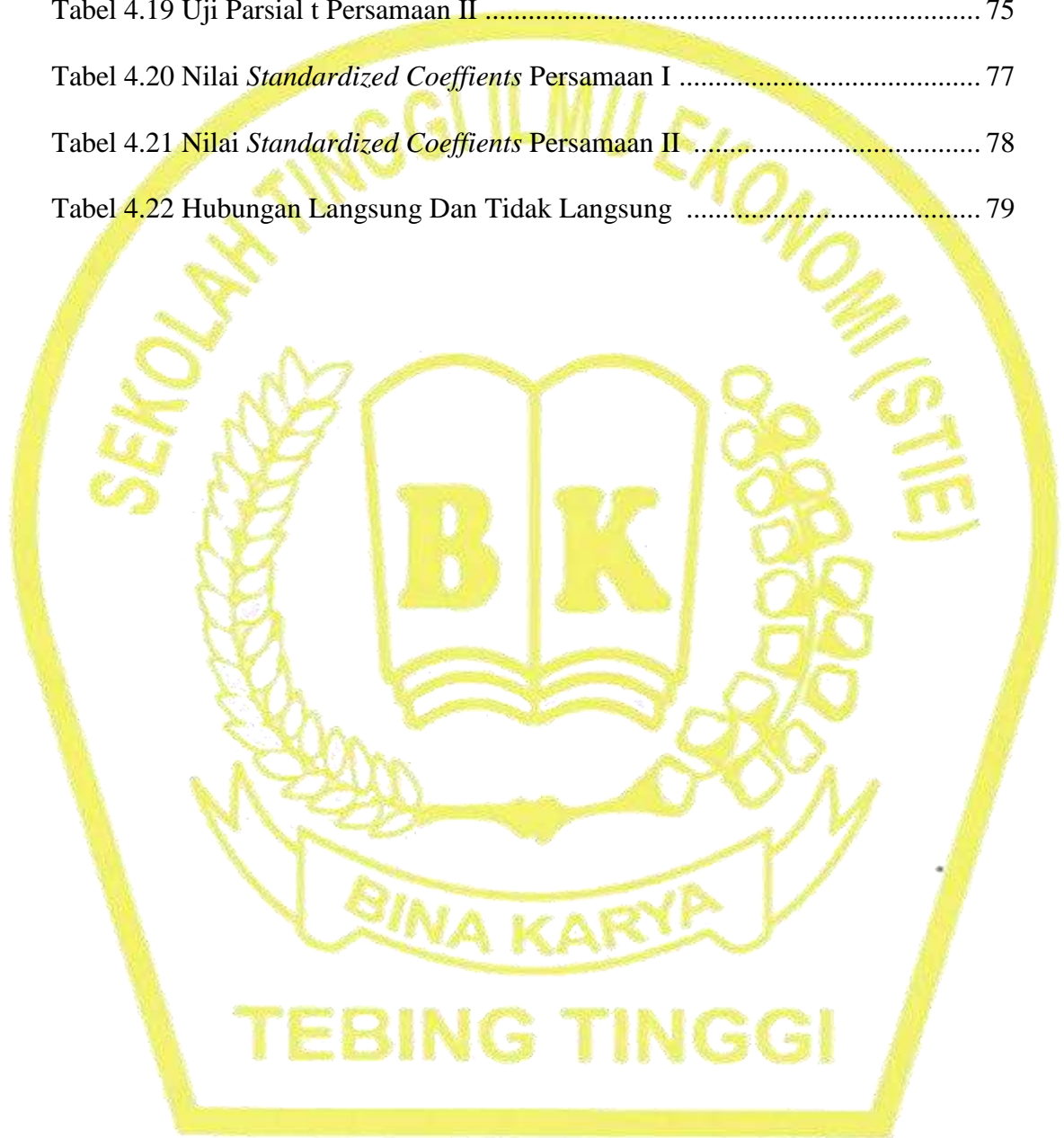
1. Pengaruh Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Minat Beli .....	79
2. Pengaruh Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
3. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
4. Minat Beli Memediasi Hubungan Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvei Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee .....	4
Tabel 1.2 Hasil Prasurvei Pengaruh Iklan Pada Toko Online Shopee .....	6
Tabel 1.3 Hasil Prasurvei Minat beli Pada Toko Online Shopee .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Skala Pengukuran .....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Shopee .....	53
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	54
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Item Variabel Iklan Media Sosial Youtube (X) .....	57
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Item Variabel Minat Beli (Z) .....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4.10 Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	65
Tabel 4.11 Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser .....	69
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Persamaan I .....	70
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linear Persamaan II .....	71

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Persamaan I .....	72
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Persamaan II .....	73
Tabel 4.18 Uji Parsial t Persamaan I .....	74
Tabel 4.19 Uji Parsial t Persamaan II .....	75
Tabel 4.20 Nilai <i>Standardized Coefficients</i> Persamaan I .....	77
Tabel 4.21 Nilai <i>Standardized Coefficients</i> Persamaan II .....	78
Tabel 4.22 Hubungan Langsung Dan Tidak Langsung .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Top <i>E-commerce</i> Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Iklan Shopee Di YouTube (2022) .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Koseptual .....	30
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	48
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Shopee .....	50
Gambar 4.3 Normal P Plot .....	64
Gambar 4.4 Normal P Plot .....	66
Gambar 4.5 Analisis Jalur .....	78

