

**DAFTAR ISI**

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Kesenjangan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Ringkasan Metode Penelitian .....	9
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian .....	9
1.6 Kontribusi Riset .....	10
1.7 Uji Ketahanan ( <i>Robustness</i> ).....	10
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Teori Perilaku Konsumen .....	12
2.2.2 Konsep <i>E-commerce</i> .....	14

2.2.3 Penelitian Sebelumnya.....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.2.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	18
2.2.2 Pengaruh Influencer terhadap Minat Bertransaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	21
2.2.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Bertransaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	22
2.2.4 Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap Minat Bertransaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	26
2.2.5 Pengaruh Metode Pembayaran terhadap Minat Bertransaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	27

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.3 Identifikasi Variabel .....	34
3.3.1 Variabel Independen .....	34
3.3.2 Variabel Dependen .....	34
3.3.3 Variabel Kontrol .....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1 Variabel Independen .....	35
3.4.1.1. <i>Brand Ambassador</i> .....	35
3.4.1.2. <i>Influencer</i> .....	36
3.4.1.3. Harga .....	36
3.4.1.4. Biaya Pengiriman .....	37
3.4.1.5. Metode Pembayaran .....	37
3.4.2 Variabel Dependen .....	38
3.4.2.1. Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	38

3.4.3	Variabel Kontrol .....	39
3.4.3.1.	Usia .....	39
3.4.3.2.	Pendapatan per Bulan .....	39
3.5	Operasional Variabel .....	40
3.6	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	43
3.6.1.	Sumber Data .....	43
3.6.2.	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.7	Teknik Analisis Data .....	45
3.7.1.	Uji Validitas Data .....	45
3.7.2.	Uji Reliabilitas .....	46
3.7.3.	Statistik Deskriptif.....	47
3.7.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.7.5.	Koefisien Determinasi .....	48
3.7.6.	Uji Statistik F.....	48
3.8	Pengujian Hipotesis .....	49
3.8.1.	Uji Statistik t .....	49

#### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	51
4.1.2	Data Responden.....	51
4.2	Kualitas Data .....	53
4.2.1.	Uji Validitas .....	53
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	57
4.3	Analisis Deskriptif .....	58
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.5	Hasil dan Pembahasan.....	64
4.5.1.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	64

4.5.2. Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	65
4.5.3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	66
4.5.4. Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	67
4.5.5. Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	69
4.5.6. Pengaruh Usia Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	70
4.5.7. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Transaksi Membeli di <i>Marketplace</i> .....	70

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	73
5.3	Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....		75

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Indikator Variabel.....	40
Tabel 3.2 Tabel Penilaian Jawaban Kuesioner .....	45
Tabel 4.1 Tabel Pendapatan per Bulan Responden.....	52
Tabel 4.2 Tabel Uji Usia Responden .....	52
Tabel 4.3 Tabel Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> .....	54
Tabel 4.4 Tabel Uji Validitas <i>Influencer</i> .....	54
Tabel 4.5 Tabel Uji Validitas Harga .....	54
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas Biaya Pengiriman .....	55
Tabel 4.7 Tabel Uji Validitas Metode Pembayaran.....	55
Tabel 4.8 Tabel Uji Validitas Minat Transaksi Membeli di Marketplace .....	56
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.10 Tabel Hasil Analisis Deskriptif.....	58
Tabel 4.11 Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	61

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Sepuluh E-Commerce dengan Pengunjung - Terbesar pada Kuartal III, 2019 .....	2
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual .....	31

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran I Penelitian Terdahulu .....	78
Lampiran II Kuesioner Penelitian .....	85
Lampiran III Analisis Regresi Linear Berganda .....	90
Lampiran IV Data Reliabilitas .....	91
Lampiran V Hasil Turnitin .....	95