

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	16
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.4. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Landasan Teori.....	21
2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM).....	21
2.1.2. Teori Kepercayaan.....	23
2.1.3. Teori Perilaku Konsumen.....	24
2.1.4. Teori Konsumsi Islam.....	27
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	28
2.1.6. Gaya Hidup.....	30
2.1.7. Kepercayaan.....	30
2.1.8. Kemudahan.....	32
2.1.9. Literasi Keuangan.....	32

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3.1.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.2.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.3.	Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.4.	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.5.	Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan, dan Literasi Keuangan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.	Kerangka Pemikiran	42
2.5.	Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.1.1.	Variabel Penelitian	45
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2.	Populasi dan Sampel	48
3.2.1.	Populasi.....	48
3.2.2.	Sampel.....	48
3.3.	Jenis dan Sumber Data	50
3.4.	Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1.	Kuesioner	51
3.4.2.	Wawancara.....	52
3.4.3.	Studi Literatur	52
3.5.	Metode Analisis.....	53
3.5.1.	Analisis Deskriptif	53
3.6.	Uji Instrumen Data	55
3.6.1.	Uji Validitas	55
3.6.2.	Uji Reliabilitas	56
3.7.	Uji Asumsi Klasik	56
3.7.1.	Uji Normalitas.....	57
3.7.2.	Uji Multikolinearitas	57

3.7.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.8.	Uji Hipotesis.....	59
3.8.1.	Regresi Linear Berganda.....	59
3.8.2.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	60
3.8.3.	Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F).....	61
3.8.4.	Analisis Determinasi (R ²).....	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.1.1.	PT Shopee Internasional Indonesia	63
4.2.	Gambaran Umum Responden	66
4.2.1.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	66
4.2.2.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.3.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.4.	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	69
4.3.	Metode Analisis Data.....	70
4.3.1.	Analisis Indek Jawaban	70
4.3.2.	Uji Instrumen Data	74
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.4.	Uji Hipotesis	82
4.4.	Pembahasan	88
BAB V	PENUTUP.....	97
5.1.	Kesimpulan.....	98
5.2.	Keterbatasan Penelitian	98
5.3.	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	106	