

DAFTAR ISI

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TIKTOK SHOP	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Identifikasi Masalah	6
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Batasan Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan teori	8
2.2 Hasil penelitian yang relevan	18
2.3 Kerangka berpikir	20

2.4 Pengebangan hepotesis	22
BAB III	24
Metode penelitian	24
3.1 Jenis penelitian	24
3.2 Populasi sampel.....	24
3.3 Definisi pengukuran variable	26
3.5 Metode analisis data	27
3.5.2 Uji Validitas.....	29
3.5.3 Uji Reabilitas.....	29
3.5.4 Uji Regresi Berganda.....	30
3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	31
3.5.6 Uji Hipotesis	31
3.5.7 Koefisien Determinasi.....	32
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	33
4.2 Deskripsi Variabel	35
4.3 Uji Instrumen Data.....	41
4.4 Uji Asumsi Klasik	43
4.5 Uji Hepotesis.....	46
4.6 Uji Koefisien Determinasi.....	48
4.7 Analisis Regresi Berganda.....	48
4.8 Pembahasan.....	50
4.8.1 Pengaruh promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada e-commerce Tiktok Shop	50
4.8.3 Pengaruh kepercayaan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada ecommerce Tiktok Shop	51
BAB V	53
PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Keterbatasan Penelitian	53
5.3 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55

