

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1    Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2    Rumusan Masalah.....	10
1.3    Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.3.1    Maksud Penelitian .....	10
1.3.2    Tujuan Penelitian .....	10
1.4    Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1    Kegunaan Akademis.....	11
1.4.2    Kegunaan Praktis .....	11
1.5    Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
1.5.1    Lokasi Penelitian .....	11
1.5.2    Waktu Penelitian.....	12
<b>BAB II.....</b>	<b>13</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1.    Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 <i>Patronage Buying Motives</i> .....	13
2.1.1.1    Indikator <i>Patronage Buying Motives</i> .....	16
2.1.2    Promosi Gratis Ongkos Kirim .....	16
2.1.2.1    Indikator Promosi Gratis Ongkos Kirim.....	18

2.1.3	Keputusan Pembelian .....	19
2.1.3.1	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4	Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
2.2.	Kerangka Pemikiran .....	25
2.2.1	Hubungan <i>Patronage Buying Motives</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	26
2.2.2	Hubungan Promosi Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.3	Hubungan <i>Patronage Buying Motives</i> dan Promosi Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.3.	Paradigma Penelitian .....	28
2.4.	Hipotesis .....	29
<b>BAB III.....</b>		<b>30</b>
<b>OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>30</b>
3.1	Objek Penelitian.....	30
3.2	Metode Penelitian .....	30
3.2.1	Desain Penelitian.....	31
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data .....	37
3.2.3.1	Sumber Data.....	37
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data .....	37
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.2.4.1	Uji Validitas .....	42
3.2.4.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.2.4.3	Uji MSI .....	44
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	45
3.2.5.1	Rancangan Analisis.....	45
3.2.5.2	Analisis Deskriptif (Kualitatif).....	45
3.2.5.3	Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....	46
3.2.5.4	Pengujian Hipotesis.....	51
<b>BAB IV.....</b>		<b>54</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	54
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
4.1.2	Gambaran Umum Tokopedia.....	55

4.1.3	Kondisi Perusahaan.....	56
4.1.4	Struktur Organisasi .....	60
4.1.5	Uraian Tugas ( <i>Job Description</i> ) .....	60
4.1.6	Visi dan Misi Perusahaan .....	63
4.2	Karakteristik Responden .....	64
4.3	Analisis Deskriptif.....	69
4.3.1	<i>Patronage Buying Motives</i> .....	70
4.3.2	Promosi Gratis Ongkos .....	76
4.3.3	Keputusan Pembelian .....	82
4.4	Analisis Verifikatif .....	88
4.4.1	Persamaan Regresi Linier Berganda .....	88
4.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	90
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	90
4.4.2.2	Uji Multikolinieritas.....	93
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi.....	95
4.4.3.1	Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	95
4.4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi Simultan .....	99
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	100
4.5	Pengujian Hipotesis .....	102
4.5.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	102
4.5.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	106
<b>BAB V .....</b>		<b>109</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>109</b>
5.1	Kesimpulan .....	109
5.2	Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>113</b>
<b>KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PENELITIAN.....</b>		<b>118</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>120</b>