

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	9
1.6.1 Lokasi Penelitian .....	9
1.6.2 Waktu Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan pustaka.....	11
2.1.1 Administrasi Bisnis .....	11

2.1.2	Ruang Lingkup Administrasi .....	11
2.2	E-Commerce .....	14
2.2.1	Pengertian E-Commerce.....	14
2.2.2	Lingkungan E-Commerce .....	15
2.2.3	Komponen E-Commerce .....	16
2.3	Diskon.....	17
2.3.1	Pengertian Diskon .....	17
2.2.1	Jenis-jenis Diskon .....	17
2.2.1	Faktor-Faktor Pemberian Diskon .....	19
2.4	Minat Beli .....	20
2.4.1	Pengertian Minat Beli.....	20
2.4.2	Indikator Minat Beli .....	21
2.4	Penelitian Terdahulu.....	22
2.5	Kerangka Pemikiran .....	23
2.6	Hipotesis Penelitian .....	25
	<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1	Jenis Penelitian .....	26
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.3	Ruang Lingkup Penelitian .....	28
3.4	Operasionalisasi Variabel Dan Skala Pengukuran .....	28
3.4.1	Operasionalisasi Variabel.....	28
3.4.2	Skala Pengukuran .....	29
3.5	Populasi Dan Sampel.....	30
3.5.1	Populasi .....	30
3.5.2	Sampel .....	31
3.6	Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1	Teknik Statistik Inferensial .....	33

3.6.2	<i>Method of Successive Interval</i> .....	33
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	34
3.6.4	Uji Normalitas Data.....	35
3.6.5	Uji Multikolinearitas .....	35
3.6.6	Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.6.7	Teknik Analisis Hipotesis .....	36
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas .....	37
3.7.1	Uji Validitas .....	38
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	40
	<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>43</b>
4.1	Objek Penelitian .....	43
4.2	Hasil Pengumpulan Data .....	43
4.3	Karakteristik Responden .....	43
4.4	Hasil Penelitian .....	45
4.4.1	Analisis Deskriptif .....	45
4.4.2	Hasil Data Menggunakan <i>Method Successive Interval</i> (MSI) .....	52
4.4.3	Uji Asumsi Klasik .....	53
4.4.4	Uji Hipotesis Asosiatif .....	58
4.4.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	<b>64</b>
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Rekomendasi .....	65
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Waktu Penelitian .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	32
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	34
Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Pretest Uji Validitas.....	43
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Pretest Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Kelompok Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3 Kelompok Responden Berdasarkan Profesi.....	45
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan Pada Variable E-Commerce (X1) .....	46
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan Pada Variable Diskon (X2) .....	49
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan Pada Variable Minat Beli (Y) .....	51
Tabel 4.8 Tes Kolmogorof Smirnov .....	55
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.10 Kolerasi Product Moment <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Beli .....	59
Tabel 4.11 Kolerasi Product Moment Diskon Terhadap Minat Beli .....	59
Tabel 4.12 Uji Kolerasi Ganda .....	60
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020 .....	1
Gambar 1.2 Peta E-Commerce Q3 2019.....	4
Gambar 1.3 Top of mine responden terhadap brand .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Skala Kontinum Variabel E-Commerce (X1) .....	48
Gambar 4.2 Skala Kontinum Variabel Diskon (X2) .....	50
Gambar 4.3 Skala Kontinum Variabel Minat Beli (Y) .....	52
Gambar 4.4 Kurva P-Plot .....	54
Gambar 4.5 Skatterplot .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2: Hasil tabulasi data

Lampiran 3: Hasil olahan SPSS

Lampiran 3: Hasil olahan MSI