PENGARUH KEPERCAYAAN, HARGA, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *PLATFORM* SHOPEE PADA MAHASISWA TRI BHAKTI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Sarah Maulidah Falqi

232811970

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: **Sarah Maulidah Falqi**
NIM	: **232811970**
Jurusan	: **Manajemen**
Judul Skripsi	: Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Platform* Shopee Pada Mahasiswa Tri Bhakti

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada program studi strata satu Manajemen.

Bekasi, 08 Agustus 2025

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen	Dosen Pembimbing
(Dr. Sofia Maulida, SE., MM.)	(Dr. Sofia Maulida, SE., MM.)
NIDN : 0309027801	NIDN : 0309027801

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Platform* Shopee Pada Mahasiswa Tri Bhakti

Oleh

Sarah Maulidah Falqi

232811970

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera dibawah ini

Bekasi, 09 September 2025

Ketua Tim Penguji

Dr. Eddy Setyanto, S. Sos., M. Si

NIDN : 0325107404

Anggota Tim Penguji 1	Anggota Tim Penguji 2
Irvan Fc Oenteong, SE., MM	Dr. Sofia Maulida, SE., MM
NIDN. 0411118204	NIDN. 0309027801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Bekasi, 08 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

Sarah Maulidah Falqi

NIM : 232811970

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sarah Maulidah Falqi

NIM : 232811970

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Platform* Shopee Pada Mahasiswa Tri Bhakti", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 08 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan

Sarah Maulidah Falqi

NIM : 232811970

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"당신들의 꿈들이 꿈들로만 남지 않길".

"Aku harap mimpi kalian tak pernah tertinggal, hanya sebagai mimpi belaka".

(Min Yoongi -BTS)

"I walk slowly, but I never walk backwards".

"Aku berjalan perlahan, tapi aku tak pernah berjalan mundur".

(Lee Seo - IVE)

Persembahan

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Kepada kedua orang tua saya yang selalu saya repotkan sejak lahir sampai sekarang, yaitu ayah Rubadi dan mamah Mimin. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Semoga pencapaian ini bisa menjadi salah satu bentuk balasan atas semua cinta dan perjuangan yang telah kalian berikan. Hiduplah lebih lama, sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri.

Skripsi ini saya persembahkan kepada raga kecil yang mempunyai mimpi besar, keras kepala dan penuh ambisi, yaitu diri saya sendiri, Sarah Maulida Falqi. Terima kasih karena telah telah bertahan sejauh ini, meskipun berkali-kali ingin menyerah. Terima kasih karena telah berani melangkah, meski masa depan tampak kabur dan penuh ketidakpastian, meskipun ada rasa takut, lelah, dan keraguan yang sering kali disembunyikan rapat-rapat. Terima kasih karna sudah merayakan pencapaian, sekecil apa pun itu, dibalik semua itu ada hari-hari berat yang berhasil dilewati, ada rasa lelah yang dipendam, dan ada keyakinan yang terus dirawat meski sempat goyah.

Terima kasih karena telah memaafkan diri sendiri, meskipun itu bukan hal yang mudah, meskipun ada banyak luka yang belum sembuh sepenuhnya. Terima kasih karena sudah memberi ruang untuk tumbuh, untuk belajar dari kesalahan tanpa terus menyalahkan diri sendiri. Maaf atas perjalanan yang belum sempurna,

maaf untuk mimpi-mimpi yang belum tercapai, dan keinginan-keinginan yang belum bisa diwujudkan. Maaf kepada diri sendiri meskipun jalanku mungkin tak seperti yang dulu dibayangkan saat kecil, bukan pula mimpi yang sejak lama diimpikan, namun, saya percaya bahwa langkah yang diambil adalah menuju arah yang benar.

Kepada Min Yoon Gi salah satu anggota Bangtan Sonyeondan, terima kasih telah hadir dalam kehidupan penulis. Berkat lirik lagu Snooze yang di ciptakan oleh Min Yoon Gi, penulis memberanikan diri untuk mempunyai cita cita setinggi mungkin, bukan lagi sekadar mimpi kecil yang disimpan diam-diam, melainkan harapan besar yang kini berani untuk dikejar:

"나를 보며 꿈을 꾸고 있는, 당신의 등 뒤엔, 항상 내가 있으니 너무 걱정은 말어, 추락이 두렵다면 기꺼이 받아줄게".

"Untuk kamu yang bermimpi setelah melihatku, aku selalu bersamamu jadi jangan terlalu khawatir, jika kau takut jatuh aku rela menangkapmu".

(Min Yoongi – BTS)

Kepada *Bangtan Sonyeondan*, yaitu Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook, yang kehadirannya telah memberikan arti besar dalam perjalanan hidup penulis. Dalam masa-masa sulit yang kerap membuat penulis ingin menyerah, lagu-lagu kalian menjadi pengingat untuk tetap bertahan. Lirik-lirik kalian menenangkan, menguatkan, dan menghadirkan keberanian untuk menerima diri sendiri, mencintai diri sendiri, memeluk luka tanpa menyalahkan, dan berdamai dengan kekurangan tanpa merasa kurang. Terima kasih karena telah menjadi alasan penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan perjalanan ini. Tanpa sadar, kalian telah menjadi bagian dari kekuatan yang membawa penulis sampai pada titik ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, harga, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian di *platform* Shopee khususnya pada mahasiswa Tri Bhakti. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 84 responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian uji parsial (uji t) menunjukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap -keputusan pembelian, karena nilai signifinsi variabel kepercayaan adalah 0,000 < 0,05, dengan nilai t tabel 1,990 < nilai t hitung sebesar 6,153. Uji parsial (uji t) menunjukan bahwa variabel Harga dengan nilai signifikan adalah 0,029 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 2,228, menunjukan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji parsial (uji t) menunjukan bahwa variabel *brand ambassador* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,452 > 0,05, serta nilai t tabel 1,990 < nilai t hitung sebesar 0,755. Hasil uji simultan (uji f). nilai F hitung sebesar 31,752 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,72, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga ketiga variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kepercayaan, Harga, dan *Brand ambassador ,* Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of trust, price, and *brand ambassador*s on purchasing decisions on the Shopee *platform*, especially for Tri Bhakti students. The research method used is quantitative with a survey approach through distributing questionnaires to 84 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression. The results of the partial test (t-test) study show that the trust variable has a significant effect on purchasing decisions, because the significance value of the trust variable is 0.000 < 0.05, with a t-table value of 1.990 < t-count value of 6.153. The partial test (t-test) shows that the Price variable has a significant value of 0.029 < 0.05 and a t-count value of 2.228, indicating that the price variable has a significant effect on purchasing decisions. The partial test (t-test) shows that the *brand ambassador* variable does not have a significant effect on purchasing decisions, because it has a significance value of 0.452 > 0.05, and a t-table value of 1.990 < t-count value of 0.755. The results of the simultaneous test (f test). The calculated F value is 31.752 which is greater than the F table of 2.72, with a significance level of 0.000 < 0.05, so that the three independent variables simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Trust, Price, and *Brand ambassador* , Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul. "Pengaruh kepercayaan, harga dan *Brand ambassador* terhadap keputusam pembelian di *platform* Shopee pada mahasiswa Tri Bhaktii".

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M.,M.lkom. Selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, S.E., M.M. Selaku ketua Program studi Manajemen STIE Tri Bhakti**.**
3. Ibu Dr. Sofia Maulida, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran, di tengah kesibukan dan keterbatasan waktu, tetap meluangkan perhatian, memberikan arahan, bimbingan, serta nasihat yang sangat berharga sejak awal hingga akhir kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Riski Oktaviani, SE.,MM Kiki selaku Ketua PPKPT STIE Tri Bhakti, yang telah menjadi sosok pendengar yang bijak dan penuh empati. Terima kasih atas perhatian, dan dukungan moral yang begitu berarti bagi penulis dalam melewati masa-masa sulit selama perkuliahan.
5. Bapak Redy Adhi Saputra, S.E., M.M., selaku Penasihat Akademik yang senantiasa memberikan arahan, serta motivasi selama masa perkuliahan.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen di STIE Tri Bhakti yang telah dengan penuh dedikasi membagikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan.
7. Penuh rasa hormat dan cinta, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yang tanpa henti berjuang dan berkorban demi kelima anaknya termasuk saya. Saya akan terus berusaha menjadi pribadi

yang lebih baik dan membalas semua kebaikan dengan hati yang tulus dan tekad untuk membanggakan.

8. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook selaku anggota grup *Bangtan Sonyeondan* (BTS). Terima kasih telah menjadi penghibur sekaligus penyemangat dalam perjalanan panjang penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terbaik, terima kasih atas semangat, waktu, dan bahu yang selau siap sedia tanpa diminta. Kalian adalah bagian penting dari penyelesaian skripsi ini.
10. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada teman-teman seperjuangan yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Dukungan, canda tawa, dan semangat kalian menjadi pelipur lelah dalam setiap langkah penyelesaian skripsi ini.
11. Ucapan terima kasih sa ya sampaikan kepada mahasiswa STIE Tri Bhakti yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan partisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Tanpa kontribusi mahasiswa STIE Tri Bhakti, penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu, dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Aamiin.

Bekasi, 08 Agustus 2025

Sarah Maulida Falqi

NIM: 232811970

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR GRAFIK xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 10
1.3 Batasan Penelitian 11
1.4 Rumusan Masalah 11
1.5 Tujuan Penelitan 11
1.6 Manfaat Penelitian 12
1.7 Sistematika Penulisan 13
BAB II LANDASAN TEORI 14
2.1 Landasan Teori 14
2.1.1 Manajemen Pemasaran 14
2.1.2 Bauran pemasaran 15
2.1.3 Digital Marketing 15
2.1.4 Perilaku Konsumen 16
2.2 Keputusan Pembelian 17
2.2.1 Dimensi Keputusan Pembelian 18

2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian 19
2.3 Kepercayaan 20
2.3.1 Dimensi Kepercayaan 21
2.3.2 Indikator Kepercayaan 21
2.4 Harga 22
2.4.1 Dimensi Harga 22
2.4.2 Indikator Harga 23
2.5 *Brand ambassador* 24
2.5.1 Dimensi *Brand ambassador* 24
2.5.2 Indikator *Brand ambassador* 25
2.6 Penelitian Terdahulu 26
2.7 Kerangka penelitian 30
2.8 Hipotesis Penelitian 30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 32
3. 1 Desain Penelitian 32
3.1.1 Tujuan Penelitian 32
3.1.2 Metode Penelitian 32
3.1.3 Strategi Penelitian 32
3.1.4 Unit Analisis 32
3.1.5 Keterlibatan Penelitian 33
3.1.6 Latar Penelitian 33
3.1.7 Waktu Pelaksanaan 33
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran 33
3.2.1 Keputusan Pembelian (Y) 34
3.2.2 Kepercayaan (X1) 35
3.2.3 Harga (X2) 36
3.2.4 *Brand ambassador* (X3) 36
3.3 Populasi dan Sampel 37
3.3.1 Populasi 37
3.3.2 Sampel 38
3.4 Sumber Data 38
3.5 Teknik Pengumpulan Data 39

3.6 Teknik Analisis Data 39
3.6.1 Uji Instrumen 40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik 40
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda 42
3.6.4 Uji Hipotesis 43
3.6.5 Koefisien Determinasi 44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 45
4.1.1 Logo perusahaan 45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 45
4.1.3 Deskripsi Perusahaan Shopee 45
4.1.4 Karakteristik Responden 47
4.2 Hasil Penelitian 49
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian 49
4.2.2 Uji Asumsi Klasik 52
4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda 55
4.2.4 Uji Hipotesis 56
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi 57
4.3 Hasil Tanggapan Responden pada Kuesioner Penelitian 58
4.3.1 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Kepercayaan 58
4.3.2 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Harga 59
4.3.3 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel *Brand ambassador* 59
4.3.4 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian . 60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 60
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian 60
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian 61
4.4.3 Pengaruh *Brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian 62
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian 62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 64
5.1 Simpulan 64
5.2 Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Idol Kpop *Brand ambassador* 6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 26
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Variabel Keputusan Pembelian (Y) 34
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional Variabel Kepercayaan (X1) 35
Tabel 3. 3 Definisi Oprasional Variabel Harga (X2) 36
Tabel 3. 4 Definisi Oprasional Variabel *Brand ambassador* (X3) 37
Tabel 3. 5 Korelasi Koefisien Determinasi 44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester Mahasiswa . 47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Periode Pengguna Shopee 48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Periode Frekuensi Pembelian 49
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Kepercayaan 50
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Harga 50
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel *Brand ambassador* 50
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 51
Tabel 4. 10 Uji Reliabialitas Variabel Kepercayaan 51
Tabel 4. 11 Uji Reliabialitas Variabel Harga 51
Tabel 4. 12 Uji Reliabialitas Variabel *Brand ambassador* 52
Tabel 4. 13 Uji Reliabialitas Variabel Keputusan Pembelian 52
Tabel 4. 14 Uji Autokorelasi 53
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas 54
Tabel 4. 16 Uji Regresi Liner Berganda 55
Tabel 4. 17 Uji Parsial (Uji T) 56
Tabel 4. 18 Uji Simultan (Uji F) 57
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi (R2) 57
Tabel 4. 20 Hasil Pernyataan Variable Kepercayaan (X1) 58
Tabel 4. 21 Hasil Pernyataan Variable Harga (X2) 59
Tabel 4. 22 Hasil Pernyataan Variable *Brand ambassador* (X3) 59
Tabel 4. 23 Hasil Pernyataan Variable Keputusan Pembelian (Y) 60

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Negara Pengunjung Terbanyak E-commerce Shopee 1
Grafik 1. 2 Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia Periode 2020-2024 2
Grafik 1. 3 Jumlah Pengunjung Situs E-commerce Indoonesia (2025) 2
Grafik 1. 4 Shopee, E-Commerce Yang Paling Diandalkan Gen Z dan Milenial... 3
Grafik 1. 5 Hasil Pra Survei *E-commerce* Sering Dipakai Mahasiswa Tri Bhakti . 7
Grafik 1. 6 Hasil Pra Survei *Platform* Terpercaya Mahasiswa Tri Bhakti 8
Grafik 1. 7 Hasil Pra Survei Faktor Kepercayaan Mahasiswa Tri Bhakti 8
Grafik 1. 8 Hasil Pra Survei *Platform* Terjangkau Mahasiswa Tri Bhakti 9
Grafik 1. 9 Hasil Pra Survei *Brand ambassador* Mahasiswa Tri Bhakti..... 9
Grafik 4. 1 Grafik Histrogram Variabel Dependen..... 52
Grafik 4. 2 Normal P- P Plot Variabel Dependen..... 53
Grafik 4. 3 Heteroskedastistas..... 55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Fitur Pengembalian Barang 4
Gambar 1. 2 Perbandingan Harga Pada *Platform* Shopee Dan Tokopedia 5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 30
Gambar 3. 1 Desain Penelitian 33
Gambar 4. 1 Logo Shopee 45
Gambar 4. 2 Lokasi Operasional Shopee Secara Global 46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 71
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Responden 75
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data 82
Lampiran 4 Degree F Tabel, T Tabel, R Tabel 87
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup 91