

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
SANWACANA	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	12
2.2 Minat	14
2.2.1 Pengertian Minat	14
2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat.....	15
2.2.3 Indikator Minat	15
2.3 <i>E-commerce</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	16
2.3.2 Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	17
2.4 Shopee	18
2.5 <i>Paylater</i>	19
2.6 Generasi Z	20
2.7 Penelitian Terdahulu	21
2.8 Pengembangan Hipotesis Penelitian	23

2.9	Kerangka Berpikir	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis penelitian	25
3.2	Sumber Data.....	25
3.3	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4	Populasi dan Sampel	26
3.4.1	Populasi	26
3.4.2	Sampel	26
3.5	Definisi Oprasional Variabel	27
3.6	Uji Persyaratan Instrumen.....	29
3.6.1	Uji Validitas Instrumen	29
3.6.2	Uji Reliabilitas Angket	30
3.7	Metode Analisis Data	31
3.8	Pengujian Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Deskripsi Data.....	33
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	36
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen	38
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	38
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	40
4.3.1	Hasil Pengujian Cochran	40
4.4	Pembahasan.....	60
4.4.1	Kemudahan dalam Bertransaksi	61
4.4.2	Mencari Informasi Promo Yang Menarik	62
4.4.3	Menggunakan <i>Paylater</i> saat Berbelanja di Shopee	63
4.4.4	Sering Membaca Ulasan dan Informasi Terkait Fitur	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	66
5.3	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		74