

**PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN *ISLAMIC
BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
FASHION ONLINE DI *E-COMMERCE* (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN DI BANJARMASIN)**

SKRIPSI

**OLEH
MAHMUDAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2021 M/1442 H**

**PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN *ISLAMIC
BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
FASHION ONLINE DI *E-COMMERCE* (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN DI BANJARMASIN)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh:

Mahmudah

1601151425

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2021 M/1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahmudah
NIM : 1601151425
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin / 31 Maret 1998
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperolehnya karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 22 April 2021

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Mahmudah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kepercayaan dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Fashion online* di *E-commerce* (Studi Kasus pada Konsumen di Banjarmasin)

Ditulis oleh : Mahmudah
NIM : 1601151425
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2020/2021
Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 31 Maret 1998
Alamat : Jl. Dharma Budi II No.39

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 14 April 2021

Pembimbing I



Patimatu Jahra, S. Ag. M. Si
NIP. 197404182002122001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 19780427 200901 2 010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kepercayaan Dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Fashion Online* Di *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Konsumen Di Banjarmasin)” ditulis oleh Mahmudah telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 5 Juli 2021

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A..



Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Hj. Faridah, M.H.I. (Ketua)	1.
2. Rohana Faridah, S.E.M.M. (Anggota)	2.
3. Patimatu Jahra, M.S.I. (Anggota)	3.
4. Difi Dahliana, M.E.I. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Mahmudah.2021. Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kepercayaan dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Fashion online* di *E-commerce* (Studi Kasus pada Konsumen di Banjarmasin). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pembimbing: (I) Patimatu Jahra, S. Ag, M. Si

Kata Kunci: Kepercayaan, Keputusan pembelian, *E-commerce*.

Peluang bisnis ekonomi digital sangat berkembang pesat mengingat perkembangan teknologi yang semakin canggih. Hal ini juga menjadi rujukan solusi ekonomi kreatif di Indonesia. Pasalnya, seiring meningkatnya pengguna e-commerce tidak diikuti dengan penetrasi keputusan pembelian online yang lebih tinggi, adapun sektor yang paling banyak mendominasi penjualan adalah produk *fashion*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh simultan dan parsial faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup, kepercayaan dan *Islamic Branding* pada produk *fashion online* di *e-commerce* pada konsumen di kota Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh masyarakat kota Banjarmasin sebanyak 715.703 orang. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan kriteria tertentu. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan secara online melalui *google form* kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Menurut hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial gaya hidup memberikan pengaruh sebesar 1,702, kepercayaan memberikan pengaruh sebesar 3,617 dan *islamic branding* memberikan pengaruh sebesar 1,171 terhadap keputusan pembelian pada produk *fashion online* di *e-commerce* (studi kasus pada konsumen di Banjarmasin). Hal ini mengindikasikan secara parsial faktor gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh signifikan sedangkan faktor *islamic branding* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *fashion online* di *e-commerce* (studi kasus pada konsumen di Banjarmasin). Secara simultan atau bersama-sama faktor gaya hidup, kepercayaan dan *islamic branding* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *fashion online* di *e-commerce* (studi kasus pada konsumen di Banjarmasin) sebesar 18,886 dengan pengaruh yang paling dominan adalah faktor kepercayaan.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah: Ayat 6-8)

Jadilah yang terbaik dimata Allah, jadilah yang terburuk dimata sendiri, dan jadilah sederhana dimata manusia.

-Ali bin Abi Thalib-

“Dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha (berikhtiar) ke arah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin, maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya (ikhtiarnya) dibalasi dengan baik.”

(Q.S Al-Israa: ayat 19)

PERSEMBAHAN

*Atas ridho Allah SWT, karya tulis sederhana ini saya persembahkan untuk :
Keluargaku tercinta Mama, Abah dan Kakak yang selalu hadir dalam setiap
proses saya,*

*Sahabat-sahabat yang tersayang yang terus memotivasi saya, dan
Almamater tempat saya menuntut ilmu UIN Antasari Banjarmasin, yang menjadi
wadah saya untuk menemukan hal-hal baik dan bermanfaat bagi kehidupan saya.*

Serta semua pihak yang telah mendoakan saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kepercayaan dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Fashion online* di *E-commerce* (Studi Kasus pada Konsumen di Banjarmasin)”**.

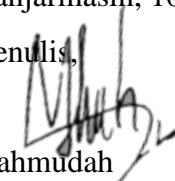
Skripsi ini disusun dan diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara moril maupun spiritual, maka penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Rohana Faridah, S.E.M.M. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Alm. Bapak Amin Djamaludin, M.A dosen pembimbing akademik maupun pembimbing skripsi saya, semoga segala kebaikan dan ilmu yang beliau berikan, menjadikan beliau mendapat tempat terbaik di sisi Allah SWT.
4. Ibu Patimatu Jahra, M.S.I. selaku dosen pembimbing saya, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, dan semangat dalam pengerjakan skripsi ini hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Elida Mahriani, M.M., selaku dosen pengajar yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan semangat di bidang akademik dan permagangan di UPKK UIN Antasari Banjarmasin.
6. Bapak dan ibu dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat dan membantu kelancaran administrasi selama saya berkuliah.

7. Almamater saya UIN Antasari Banjarmasin, yang telah menjadi tempat memperoleh banyak ilmu, pengalaman dan relasi yang tidak akan saya dapatkan di tempat lain.
8. Kedua orang tua tercinta, abah H. Bahran, S.Pd dan mama Hj. Wakiah yang tak kenal lelah membesarkan saya dengan limpahan kasih sayang dan doa-doa yang tulus, memberikan dukungan tiada henti hingga dengan ridho mereka lah saya dapat sampai pada tahap ini.
9. Kakak saya tersayang, Husnul Khatimah S.Pd yang selalu hadir memberikan dukungan dan bantuan yang tiada batas untuk adik kesayangannya, menghibur di kala lelah dan tidak berhenti mendoakan saya hingga tujuan saya tercapai.
10. Sahabat – sahabat saya Rusyda, Fazrul, Yoga , Dinda dan Annisa yang hadir memberikan dukungan, waktu dan bantuan hingga selesainya skripsi.
11. Teman – teman seperjuangan perkuliahan Raudah, Maryati, Nadiya, Zulfa, Hartati, Kartini dan semua angkatan 2016 jurusan ekonomi syariah.
12. Teman- teman organisasi perkuliahan ukm bd taekwondo, Yuni, Fizah, Sri, Anis, Aulia, Nisa, Maya, Rina, Rahmawati, Ainor, Muslim yang kebersamaian saya dalam dunia perkuliahan dan organisasi.
13. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi bertambahnya pengetahuan penulis. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang mempelajarinya.

Banjarmasin, 10 April 2021

Penulis,


Mahmudah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Operasional	11
F. Penelitian Terdahulu	16
G. Kerangka Pemikiran.....	18
H. Hipotesis	18
I. Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI KEPUTUSAN PEMBELIAN	22
A. Teori Keputusan Pembelian	22

B. Gaya hidup	29
C. Kepercayaan.....	33
D. Islamic Branding	35
E. E-commerce	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian	43
C. Subjek dan Objek Penelitian	43
D. Data dan Sumber Data.....	46
E. Metode Pengumpulan Data.....	47
F. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	60
A. Penyajian Data	60
B. Laporan Penelitian.....	100
BAB V PENUTUP	119
A. Simpulan.....	119
B. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba`	B	Be
ت	Ta`	T	Te
ث	Ša`	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	„el
م	Mim	M	„em
ن	Nun	N	„en
و	Waw	W	We
هـ	Ha`	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya`	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

بُعْدِي	Ditulis	<i>muta,, aqqidīn</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>,, iddah</i>

C. Ta‘marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هَبَّ	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جَسَبَات	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كُرَيْبَاتُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karamah al auliyā'</i>
----------------------------	---------	---------------------------

2. Apabila ta‘marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakātul-ḥiṭri</i>
-------------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

ِ	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
َ	Faṭḥah	Ditulis	<i>a</i>
ُ	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّات	Ditulis	<i>ā - jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya‘‘mati يَاسِي	Ditulis	<i>ā - yas,, ā</i>
3	Kasrah + ya‘‘mati كِرِيمِي	Ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فُرُوض	Ditulis	<i>ū - furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya ^ʿ mati يَيْكِي	Ditulis	ai – <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati وُول	Ditulis	au – <i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَانتِي	Ditulis	<i>a,, antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u,, iddat</i>
لَيْ شَكَرْتِي	Ditulis	<i>la,, in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al - Qur'ān</i>
الْقِيَّاسُ	Ditulis	<i>al - Qiyās</i>

2. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al”nya.

السَّامَاءُ	Ditulis	<i>as - Samā</i>
السُّيُوفُ	Ditulis	<i>asy - Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِّ الْقُرْآنِ	Ditulis	<i>Ẓawī al - furūḍ atau Ẓawīl - furūḍ</i>
أَهْلُ السُّنَنِ	Ditulis	<i>ahl as - sunnah atau ahlussunnah</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-commerce</i> terpopuler di Indonesia Tahun 2019	3
Tabel 3.1 Skala Likert	48
Tabel 3.2 Item Pertanyaan Instrumen Penelitian	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	64
Tabel 4.5 Karakteristik dalam berbelanja online	66
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel X _{1.1}	68
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel X _{1.2}	68
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel X _{1.3}	69
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel X _{1.4}	69
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel X _{1.5}	70
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel X _{1.6}	71
Tabel 4.12 Jawaban Responden Variabel X _{1.7}	71
Tabel 4.13 Jawaban Responden Variabel X _{1.8}	72
Tabel 4.14 Jawaban Responden Variabel X _{1.9}	73
Tabel 4.15 Jawaban Responden Variabel X _{2.1}	73
Tabel 4.16 Jawaban Responden Variabel X _{2.2}	74
Tabel 4.17 Jawaban Responden Variabel X _{2.3}	75
Tabel 4.18 Jawaban Responden Variabel X _{2.4}	75
Tabel 4.19 Jawaban Responden Variabel X _{2.5}	76
Tabel 4.20 Jawaban Responden Variabel X _{2.6}	76
Tabel 4.21 Jawaban Responden Variabel X _{2.7}	77
Tabel 4.22 Jawaban Responden Variabel X _{2.8}	78
Tabel 4.23 Jawaban Responden Variabel X _{2.9}	78
Tabel 4.24 Jawaban Responden Variabel X _{2.10}	79
Tabel 4.25 Jawaban Responden Variabel X _{2.11}	79
Tabel 4.26 Jawaban Responden Variabel X _{2.12}	80

Tabel 4.27	Jawaban Responden Variabel X _{2.13}	81
Tabel 4.28	Jawaban Responden Variabel X _{2.14}	81
Tabel 4.29	Jawaban Responden Variabel X _{2.15}	82
Tabel 4.30	Jawaban Responden Variabel X _{3.1}	83
Tabel 4.31	Jawaban Responden Variabel X _{3.2}	84
Tabel 4.32	Jawaban Responden Variabel X _{3.3}	84
Tabel 4.33	Jawaban Responden Variabel X _{3.4}	85
Tabel 4.34	Jawaban Responden Variabel X _{3.5}	85
Tabel 4.35	Jawaban Responden Variabel X _{3.6}	86
Tabel 4.36	Jawaban Responden Variabel X _{3.7}	87
Tabel 4.37	Jawaban Responden Variabel X _{3.8}	88
Tabel 4.38	Jawaban Responden Variabel X _{3.9}	88
Tabel 4.39	Jawaban Responden Variabel X _{3.10}	89
Tabel 4.40	Jawaban Responden Variabel Y ₁	90
Tabel 4.41	Jawaban Responden Variabel Y ₂	91
Tabel 4.42	Jawaban Responden Variabel Y ₃	91
Tabel 4.43	Jawaban Responden Variabel Y ₄	92
Tabel 4.44	Jawaban Responden Variabel Y ₅	93
Tabel 4.45	Jawaban Responden Variabel Y ₆	93
Tabel 4.46	Jawaban Responden Variabel Y ₇	94
Tabel 4.47	Jawaban Responden Variabel Y ₈	95
Tabel 4.48	Jawaban Responden Variabel Y ₉	95
Tabel 4.49	Jawaban Responden Variabel Y ₁₀	96
Tabel 4.50	Jawaban Responden Variabel Y ₁₁	97
Tabel 4.51	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden	97
Tabel 4.52	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1)	99
Tabel 4.53	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)	98
Tabel 4.54	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Islamic branding</i> (X3)	100
Tabel 4.55	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	101
Tabel 4.56	Hasil Uji Reliabilitas	103
Tabel 4.57	Uji Normalitas	103

Tabel 4.58 Uji Multikolinieritas.....	104
Tabel 4.59 Hasil Uji Glejser	107
Tabel 4.60 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	107
Tabel 4.61 Hasil Uji F (Uji Parsial)	110
Tabel 4.62 Hasil Uji T (Uji Simultan)	112
Tabel 4.63 Hasil Uji Koefisien Determinasi	112
Tabel 4.64 Hasil Hipotesis	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna E-commerce di Indonesia 2017-202.....	2
Gambar 1.2 Kerangka Pikir.....	18
Gambar 4.1 Grafik Lingkaran Karakteristik Pendapatan Responden	65
Gambar 4.2 Grafik Lingkaran Karakteristik E-commerce Favorit	67
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	106