

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED RISK*
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE
(STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KALIMANTAN SELATAN)**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD DIMAS HARENTA MAULANA



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2022 M/1444 H**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED RISK*
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KALIMANTAN SELATAN)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh:

MUHAMMAD DIMAS HARENTA MAULANA

180105010600

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2022 M / 1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dimas Harenta Maulana
NIM : 180105010600
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin, 12 November 2000
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

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

Banjarmasin, 08 September 2022
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Dimas Harenta Maulana

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi pada Pengguna Shopee di Kalimantan Selatan)

Ditulis oleh : Muhammad Dimas Harenta Maulana

N I M : 180105010600

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023

Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 12 November 2000

Alamat : Jl. Mangga 3 No. 50 RT. 13 RW. 001 Kel. Kebun Bunga Kec. Banjarmasin Timur

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

Banjarmasin, 08 September 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 19780427200902010

Pembimbing I



Dr. Mahmud Yusuf, M. Si.
NIP. 19790126200604100

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Risk dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Pengguna Shopee di Kalimantan Selatan)*”, ditulis oleh Muhammad Dimas Harenta Maulana, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 22 September 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (81,7)





Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M. Ag.

NIP 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Mahmud Yusuf, M.Si. (Ketua)	1. 
2. Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I. (Anggota)	2. 
3. Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)	3. 
4. Rimayanti, S.E., M.M. (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Muhammad Dimas Harenta Maulana. 2022. Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi pada Pengguna Shopee di Kalimantan Selatan). Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M. Si.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, Fitur Layanan, Keputusan Pembelian

Penelitian ini didasari oleh adanya *research gap* (perbedaan dengan penelitian sebelumnya), dimana pada penelitian terdahulu menemukan bahwa terdapat hasil keragu-raguan. Akan tetapi, menurut teori dari para ahli dan praktisi dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara bahwa *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan kajian teori inilah yang mendasari peneliti untuk mengangkat topik tentang pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Karena metode yang digunakan untuk penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka atau statistik yang merupakan hasil output dari penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada pengguna *Marketplace* Shopee di Kalimantan Selatan. Hasil tersebut selanjutnya dilakukan analisis regresi liner berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 23.

Melalui teknik analisis regresi berganda dalam menguji hipotesis terkait kausalitasnya, Penelitian ini menghasilkan temuan: *Pertama:* Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Pembelian. *Kedua:* Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial *Perceived Risk* terhadap Keputusan Pembelian. *Ketiga:* Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee di Kalimantan Selatan. *Keempat:* Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee di Kalimantan Selatan

MOTTO

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar bin Khattab)

“Ya Allah, tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah. Dan Engkau menjadikan kesedihan (kesulitan), jika Engkau kehendaki pasti akan menjadi mudah.”

(HR. Ibnu Hibban dalam Shahihnya 3:255)

“Susah, tapi bismillah”

(Fiersa Bersari)

PERSEMBAHAN

Segala Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan Taufiq dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis persembahkan dengan segenap cinta dan do'a karya yang sederhana ini kepada yang pertama dan paling utama dalam hidup:

Kedua Orang Tuaku yang sangat luar biasa dalam mendidik dan menyayangiku

Ayahanda H. Azhari, S.E dan Ibunda Hj. Shinta Irawati, S.E

Serta Adik-adikku tersayang Muhammad Rizqi Harenta Maulana dan Muhammad Hisyam Harenta Maulana

Yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa dan kasih sayang yang tulus dan tiada ternilai besarnya,

Terima Kasih

Dosen penasehat akademik sekaligus pembimbing skripsi ku Bapak Dr. Mahmud Yusuf, M.Si.

Atas Segala Bimbingan selama ini baik berupa saran, dukungan, motivasi, nasihat serta kesabaran yang telah bapak berikan.

Kepada Teman Seperjuangan Angkatan 2018

Yang telah memberikan dukungan, energi positif serta semangatnya kepada penulis.

Kepada Sahabat Penulis (Lokal Gelabakan dan Sobat Batu)

Terimakasih sudah menjadi teman terbaik selama menempuh perkuliahan ini dan mengajarkan banyak hal. Terkhusus kepada sobat Satriya, Suhaidi, Bawazier, Rizki R, Tamami R, Lita R, Nanda A, Rizna F, Wafiq A dan Mariatul Q, semoga kalian sukses dunia dan akhirat.

Selain itu kepada saudara M. Faris Shafly, M. Khalid Zaki, Shohibul Kahfi, Naufal Rakha, Marco R serta sobat-sobat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan semangatnya.

Kepada Orang Terdekat Penulis

Kepada Dela Permata Sari, Terimakasih telah menjadi Support System terbaik saya yang selalu memberikan semangat, selalu sabar, membantu, menghibur dan menemani saya dalam penyelesaian kuliah dan tugas akhir ini, sehingga menjadi rampunglah tugas akhir saya. Terimakasih, semoga sukses dan bahagia dunia maupun akhirat.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta'	t	te
ث	s\`a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	h}a'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z\`al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	z}	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
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*


جامعة	ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مكتبة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</i>
-----------------	---------	-----------------------------------

IV. Vokal pendek

	fathah	ditulis	a
	kasrah	ditulis	i
	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	dammah	ditulis	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>ka>milah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>s}alla></i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>i></i> <i>syadi>d</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	<i>u></i> <i>s}udu>r</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna z}i al-auta>d</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kita>b</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	ditulis	<i>as}~s}ubh}u</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-sa>hirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wa>lidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iz\ a asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi pada Pengguna Shopee di Kalimantan Selatan)”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, SE., MM., dan Bapak M. Qamaruddin, ME., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Dr. Mahmud Yusuf, M. Si. selaku dosen Penasehat Akademik dan Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Kepala Perpustakaan Pusat UIN Antasari Banjarmasin dan Kepala Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta seluruh karyawan yang telah membantu penulis dalam peminjaman buku-buku yang penulis perlukan.

6. Kedua orang tua penulis, yang selalu hadir dengan cinta, doa dan merupakan kekuatan terbesar bagi peneliti untuk terus belajar dan tetap kuat ketika menghadapi situasi tersulit sekalipun.
7. Seluruh responden penelitian yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 08 September 2022

Penulis,



(Muhammad Dimas Harenta Maulana)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Signifikan Penelitian	15
E. Definisi Operasional.....	16
F. Kerangka Pemikiran	18
G. Hipotesis Penelitian	19
H. Kajian Pustaka.....	23
I. Sistematika Penulisan.....	27
BAB II LANDASAN TEORI (E-MARKETPLACE, <i>PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED RISK</i>, FITUR LAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN)	29
A. <i>E-Marketpace</i>	29
B. <i>Perceived Ease of Use</i>	33
C. <i>Perceived Risk</i>	36
D. Fitur Layanan	39
E. Keputusan Pembelian	41
F. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap Keputusan Pembelian	47
G. Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap Keputusan Pembelian	48
H. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	51
1. Jenis Penelitian	51
2. Pendekatan Penelitian.....	51
B. Lokasi Penelitian	51
C. Populasi dan Sampel	51
1. Populasi	51
2. Sampel	52
D. Data dan Sumber Data.....	53
1. Data	53

2. Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
1. Kuesioner (Angket)	54
F. Teknik Pengolahan Data	54
G. Desain Pengukuran.....	55
H. Teknik Analisis Data.....	56
I. Uji Hipotesis.....	60
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	63
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
B. Data Diri Responden	66
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	71
D. Hasil Statistik Deskriptif	74
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
1. Hasil Uji Normalitas Data	92
2. Hasil Uji Autokorelasi	94
3. Hasil Uji Multikolinieritas	95
4. Hasil Uji Heterokedastisitas	95
F. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	96
G. Pengujian Hipotesis.....	98
H. Analisis Data Penelitian	102
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap Keputusan Pembelian	102
2. Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap Keputusan Pembelian	105
3. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	108
4. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap Keputusan Pembelian	111
BAB V PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran-saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Marketplace 5 Kuartal Terakhir.....	4
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen.....	56
Tabel 3.2 Penskoran butir pertanyaan angket	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.2 Usia Responden	67
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	67
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	68
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan Responden	69
Tabel 4.6 Pengeluaran Perbulan Responden	70
Tabel 4.7 Asal Daerah Responden	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas	73
Tabel 4.10 Nilai Skor dan Kategori	74
Tabel 4.11 <i>Marketplace Shopee</i> mudah dimengerti	75
Tabel 4.12 <i>Marketplace Shopee</i> mudah di pahami	76
Tabel 4.13 <i>Marketplace Shopee</i> fleksibel digunakan	76
Tabel 4.14 <i>Marketplace Shopee</i> tidak memerlukan banyak usaha	77
Tabel 4.15 <i>Marketplace Shopee</i> dapat digunakan dimana saja	77
Tabel 4.16 <i>Marketplace Shopee</i> tidak sulit digunakan	78
Tabel 4.17 <i>Marketplace Shopee</i> terdapat di <i>playstore</i>	78
Tabel 4.18 <i>Marketplace Shopee</i> mudah bertransaksi	79
Tabel 4.19 <i>Marketplace Shopee</i> aman terhadap pencurian data	79
Tabel 4.20 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki keamanan tinggi	80
Tabel 4.21 <i>Marketplace Shopee</i> tidak ada kerugian material & non material	80
Tabel 4.22 <i>Marketplace Shopee</i> tidak ada kerugian waktu dan tenaga	81
Tabel 4.23 <i>Marketplace Shopee</i> menjamin kerahasiaan data pribadi	81
Tabel 4.24 <i>Marketplace Shopee</i> aman terhadap penipuan	82
Tabel 4.25 <i>Marketplace Shopee</i> fitur yang sederhana	83
Tabel 4.26 <i>Marketplace Shopee</i> memberikan informasi	83
Tabel 4.27 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki fasilitas yang dibutuhkan	84
Tabel 4.28 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki beragam transaksi	84
Tabel 4.29 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki fitur beragam.....	85
Tabel 4.30 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki fitur transaksi yang bai.....	85
Tabel 4.31 <i>Marketplace Shopee</i> dapat transaksi melalui <i>mobile banking</i> , atm	86
Tabel 4.32 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki fitur <i>shopeepay</i>	86
Tabel 4.33 <i>Marketplace Shopee</i> memiliki kemampuan mempengaruhi	87
Tabel 4.34 <i>Marketplace Shopee</i> membuat antusias belanja	88
Tabel 4.35 <i>Marketplace Shopee</i> Membeli produk pada saat <i>Flash Sale</i>	88

Tabel 4.36 Membeli produk yang tidak terlalu dibutuhkan	89
Tabel 4.37 Memiliki dorongan belanja pada <i>Marketplace Shopee</i>	89
Tabel 4.38 Menceritakan Flash Sale kepada orang lain	90
Tabel 4.39 Membeli produk karena keinginan dan harapan	90
Tabel 4.40 Berkeinginan untuk melakukan pembelian ulang	91
Tabel 4.41 Hasil Uji Normalitas Data	93
Tabel 4.42 Hasil Uji Autokorelasi	94
Tabel 4.43 Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4.44 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	96
Tabel 4.45 Hasil uji t hitung.....	99
Tabel 4.46 Hasil uji F hitung	101
Tabel 4.47 Nilai Koefisien Determinasi.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Top Brand Index Situs Jual Beli Online di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Aplikasi <i>Pay Later</i> dengan Pengguna Terbanyak 2021	7
Gambar 1.4 Kerangka pikir penelitian	19
Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Pembelian.....	44
Gambar 4.1 Grafik Histogram	92
Gambar 4.2 Normal <i>Probability Plot</i>	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	95