

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| ABSTRAK .....                               | i    |
| ABSTRACT .....                              | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                        | iii  |
| DAFTAR ISI.....                             | vii  |
| DAFTAR TABEL.....                           | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                         | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                        | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                    | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....              | 18   |
| 1.3 Batasan Masalah.....                    | 19   |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                   | 20   |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                  | 20   |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                 | 21   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                 | 22   |
| 2.1 Kajian Teoritis.....                    | 22   |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian.....              | 22   |
| 2.1.2 <i>Viral Marketing</i> .....          | 30   |
| 2.1.3 Literasi Keuangan .....               | 36   |
| 2.2 Penelitian Yang Relevan.....            | 42   |
| 2.3 Kerangka Berpikir.....                  | 46   |
| 2.4 Hipotesis Penelitian.....               | 47   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....              | 48   |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....       | 48   |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....    | 48   |
| 3.2.1 Populasi Penelitian.....              | 48   |
| 3.2.2 Sampel Penelitian.....                | 49   |
| 3.3 Variabel dan Definisi Operasional ..... | 50   |
| 3.3.1 Variabel Penelitian.....              | 50   |
| 3.3.2 Definisi Operasional.....             | 50   |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....            | 53   |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.4.1 Wawancara.....  | 53        |
| 3.4.2 Angket/Kuesioner.....   | 53        |
| 3.4.3 Dokumentasi.....  | 55        |
| 3.5 Uji Instrumen Penelitian .....  | 55        |
| 3.5.1 Uji Validitas .....   | 56        |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....  | 56        |
| 3.6 Uji Asumsi Klasik.....  | 57        |
| 3.6.1 Uji Normalitas Data .....   | 57        |
| 3.6.2 Uji Linearitas Data .....   | 58        |
| 3.6.3 Uji Multikolinearitas .....   | 59        |
| 3.6.4 Uji Heteroskedastisitas.....  | 59        |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....   | 60        |
| 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....  | 60        |
| 3.8 Uji Hipotesis .....   | 61        |
| 3.8.1 Uji Parsial (Uji – t).....  | 61        |
| 3.8.2 Uji Simultan (Uji – F) .....  | 62        |
| 3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....   | 63        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                 | <b>64</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....  | 64        |
| 4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....   | 64        |
| 4.2 Gambaran Umum Responden .....   | 67        |
| 4.2.1 Identifikasi Responden.....   | 67        |
| 4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelas.....                                  | 67        |
| 4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                          | 68        |
| 4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                                  | 68        |
| 4.2.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Aktif Menggunakan Platform Shopee.....      | 69        |
| 4.3 Uji Instrumen Penelitian .....  | 70        |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner.....                             | 70        |
| 4.4. Analisis Deskriptif .....  | 76        |
| 4.4.1 Deskriptif Frekuensi Jawaban Instrumen <i>Viral marketing</i> ( $X_1$ ) ..... | 77        |
| 4.4.2 Tingkat Kecenderungan <i>Viral marketing</i> ( $X_1$ ).....                   | 80        |
| 4.4.3 Deskriptif Frekuensi Jawaban Instrumen Literasi Keuangan ( $X_2$ ) .....      | 82        |

|  |     |
|--|-----|
| 4.4.4 Tingkat Kecenderungan Literasi Keuangan ( $X_2$ ).....   | 86  |
| 4.4.5 Deskriptif Frekuensi Jawaban Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)<br>.....   | 88  |
| 4.4.6 Tingkat Kecenderungan Keputusan Pembelian (Y).....   | 92  |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik .....  | 94  |
| 4.5.1 Uji Normalitas .....   | 94  |
| 4.5.2 Uji Linearitas.....  | 97  |
| 4.5.3 Uji Multikolinieritas .....  | 99  |
| 4.5.4 Uji Heteroskedastisitas .....  | 100 |
| 4.6 Teknik Analisis Data.....  | 101 |
| 4.6.1 Uji Regresi Linier Berganda .....  | 101 |
| 4.7 Uji Hipotesis .....  | 102 |
| 4.7.1 Uji Parsial (Uji-t).....   | 102 |
| 4.7.2 Uji Simultan (Uji-F).....  | 104 |
| 4.7.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....   | 105 |
| 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....  | 106 |
| 4.8.1 Pengaruh <i>Viral marketing</i> ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di<br><i>Platform online</i> Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2022<br>Fakultas Ekonomi, Univeristas Negeri Medan .....                                 | 106 |
| 4.8.2 Pengaruh Literasi Keuangan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di<br><i>Platform online</i> Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2022<br>Fakultas Ekonomi, Univeristas Negeri Medan .....                                      | 108 |
| 4.8.3 Pengaruh <i>Viral marketing</i> ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan ( $X_2$ ) Terhadap<br>Keputusan Pembelian (Y) di <i>Platform online</i> Shopee pada Mahasiswa Pendidikan<br>Bisnis Stambuk 2022 Fakultas Ekonomi, Univeristas Negeri Medan ..... | 111 |
| BAB V PENUTUP.....   | 113 |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 113 |
| 5.2 Saran.....   | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 116 |
| DAFTAR LAMPIRAN.....   | 122 |