

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Shopee Menjadi <i>Platform</i> Belanja Daring Teratas Di Indonesia Paruh Pertama 2021	23
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	33
Tabel 3.2 Populasi Penelitian	34
Tabel 3.3 Pembagian Sampel	36
Tabel 3.4 Variabel Penelitian	39
Tabel 3.5 Skor Item Instrumen Penelitian	44
Tabel 3.6 <i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumtif	44
Tabel 3.7 <i>Blue Print</i> Skala Penggunaan Aplikasi Shopee	45
Tabel 3.8 Validitas Skala Perilaku Konsumtif (Y)	47
Tabel 3.9 Validitas Skala Penggunaan Aplikasi Shopee (X)	48
Tabel 3.10 Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y)	50
Tabel 3.11 Reliabilitas Skala Penggunaan Aplikasi Shopee (X)	50
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Skala Nilai Kategori	56
Tabel 4.4 Hasil Rata-rata Indikator Frekuensi Penggunaan	56
Tabel 4.5 Hasil Rata-rata Indikator Jumlah Transaksi	58
Tabel 4.6 Hasil Rata-rata Indikator Kepuasan Pengguna	60
Tabel 4.7 Hasil Rata-rata Indikator Kemudahan Penggunaan	61
Tabel 4.8 Hasil Rata-rata Indikator Harga Yang Murah	62
Tabel 4.9 Rekapitulasi Skor Rata-rata Penggunaan Aplikasi Shopee	64
Tabel 4.10 Skala Nilai Kategori	66
Tabel 4.11 Hasil Rata-rata Indikator Membeli Produk Karena Iming-Iming Hadiah	67
Tabel 4.12 Hasil Rata-rata Indikator Membeli Produk Karena Kemasannya Menarik	68
Tabel 4.13 Hasil Rata-rata Indikator Membeli Produk Atas Pertimbangan Harga (Bukan Atas Dasar Manfaat atau Kegunaannya)	69

Tabel 4.14 Hasil Rata-rata Indikator Munculnya Penilaian Bahwa Membeli Produk dengan Harga Mahal Akan Menimbulkan Rasa Percaya Diri yang Tinggi.....	70
Tabel 4.15 Hasil Rata-rata Indikator Mencoba Lebih dari Dua Produk Sejenis (Merek Berbeda).....	71
Tabel 4.16 Hasil Rata-rata Indikator Membeli Produk Demi Menjaga Penampilan Diri dan Gengsi.....	72
Tabel 4.17 Hasil Rata-rata Indikator Membeli Produk Hanya Sekedar Menjaga Simbol Status.....	73
Tabel 4.18 Hasil Rata-rata Indikator Memakai Produk Karena Unsur Konformitas terhadap Model yang Mengiklankan Produk	74
Tabel 4.19 Rekapitulasi Skor Rata-rata Perilaku Konsumtif	75
Tabel 4.20 Uji Normalitas Data	78
Tabel 4.21 Uji Linearitas Data	79
Tabel 4.22 Uji Regresi Linier Sederhana	79
Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi	81

