

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER/JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	7
C. RUMUSAN MASALAH.....	7
D. TUJUAN PENELITIAN.....	8
E. MANFAAT PENELITIAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU.....	10
B. KONSEP DAN TEORI	18
1. Konsep	18
2. Teori.....	20
a. <i>Grand Theory</i>	21
b. <i>Middle Theory</i>	25
c. <i>Applied Theory</i>	28
C. KERANGKA BERPIKIR.....	40
1. Pengaruh <i>Artificial Intelligence</i> Terhadap Minat Beli.....	40
2. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli	41

3. Pengaruh <i>Artificial Intelligence</i> dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli	42
D. HIPOTESIS PENELITIAN	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. METODE DAN PENDEKATAN	44
1. Metode	44
2. Pendekatan	44
B. JENIS DAN SUMBER DATA	44
1. Jenis Data	44
2. Sumber Data	45
C. POPULASI DAN SAMPEL	45
1. Populasi	45
2. Sampel	46
D. OPERASIONALISASI VARIABEL	48
1. Variabel Independen (X)	48
2. Variabel Dependen (Y)	48
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	50
1. Metode Kuesioner (Angket)	50
2. Studi Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	51
F. TEKNIK ANALISIS DATA	51
1. Analisis Statistik Deskriptif	52
2. Uji Validitas	53
3. Uji Reliabilitas	54
4. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas	55
b. Uji Multikolinearitas	55
c. Uji Heteroskedastisitas	55
5. Uji Regresi Linear Berganda	56
6. Uji Hipotesis	56
a. Uji-t (Uji Parsial)	56
b. Uji-f (Uji Simultan)	57

c. Uji Koefisien Determinasi	58
G. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	60
1. Tempat Penelitian	60
2. Waktu Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. HASIL PENELITIAN.....	61
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	61
a. Sejarah FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)	61
b. Visi dan Misi FEBI	62
c. Struktur Organisasi FEBI.....	63
2. Deskripsi Subjek Penelitian.....	64
3. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
a. Profil Singkat Shopee.....	65
b. Sejarah Shopee	66
c. Struktur Organisasi Shopee.....	68
d. Tujuan Shopee.....	73
e. Produk dan Layanan Utama Shopee	73
4. Konsep Perolehan Data.....	73
B. ANALISIS DATA	76
1. Analisis Statistik Deskriptif	76
2. Uji Validitas	78
3. Uji Reliabilitas	80
4. Uji Asumsi Klasik.....	81
a. Uji Normalitas	81
b. Uji Multikolinearitas	84
c. Uji Heteroskedastisitas.....	85
5. Uji Regresi Linear Berganda	87
6. Uji Hipotesis	88
a. Uji-t (Parsial).....	88
b. Uji-f (Simultan).....	89
c. Uji Koefisien Determinasi	90

C. PEMBAHASAN	91
1. Pengaruh <i>Artificial Intelligence</i> terhadap Minat Beli	92
2. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Minat Beli	92
3. Pengaruh <i>Artificial Intelligence</i> dan <i>Digital Marketing</i> terhadap Minat Beli	93
BAB V PENUTUP.....	96
A. SIMPULAN.....	96
B. KETERBATAN PENELITIAN	97
C. SARAN.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN	

