

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data pengunjung toko online.....	2
Tabel 1. 2	Pra Survey Strategi Harga	8
Tabel 1. 3	Pra Survey Visual Merchandising	10
Tabel 1. 4	Pra survey keputusan pembelian Online	12
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3. 1	Operasionalisai Variabel	60
Tabel 3. 2	Jumlah Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen Angkatan 2021.....	62
Tabel 3. 3	Jumlah Sampel Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen Angkatan 2021	65
Tabel 3. 4	Skala Likert	67
Tabel 3. 5	Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi	72
Tabel 3. 6	Waktu penelitian.....	81
Tabel 4. 1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kelas.....	97
Tabel 4. 2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 4. 3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	98
Tabel 4. 4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kategori Produk Fahion yang sering dibeli di Shopee	99
Tabel 4. 5	Pedoman Interpretasi	100
Tabel 4. 6	Harga produk fashion di Shopee sebanding dengan manfaat yang saya rasakan	101

Tabel 4. 7	Saya rela membayar lebih jika kualitas produk fashion di Shopee lebih baik	102
Tabel 4. 8	Daftar harga di Shopee membantu saya membandingkan produk sebelum membeli	103
Tabel 4. 9	Daftar harga di Shopee memudahkan saya dalam membuat keputusan pembelian	104
Tabel 4. 10	Potongan harga membuat saya merasa lebih puas membeli produk fashion di Shopee	105
Tabel 4. 11	Saya Membeli Produk Fashion Di Shopee Meski Tidak Direncanakan Karena Adanya Diskon	106
Tabel 4. 12	Harga produk fashion di Shopee menurut saya sesuai dengan kemampuan daya beli saya	107
Tabel 4. 13	Saya merasa harga di Shopee lebih kompetitif dibandingkan marketplace lain.....	108
Tabel 4. 14	Rekapitulasi Strategi Harga Produk Fashion di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen Angkatan 2021	109
Tabel 4. 15	Interpretasi mengenai Strategi Harga Produk Fashion di Shopee	111
Tabel 4. 16	Pedoman Interpretasi	112
Tabel 4. 17	Saya lebih yakin membeli produk fashion di Shopee karena display yang informatif.....	113

Tabel 4. 18	Tampilan produk di Shopee mendorong saya untuk segera melakukan pembelian	114
Tabel 4. 19	Kombinasi warna dalam tampilan produk membuat saya semakin yakin untuk membeli	115
Tabel 4. 20	Warna yang digunakan pada display produk di Shopee menambah kepercayaan saya terhadap produk tersebut.....	116
Tabel 4. 21	Pencahayaan foto yang baik meningkatkan keyakinan saya terhadap kualitas produk.....	117
Tabel 4. 22	Saya merasa pencahayaan foto produk fashion di Shopee memengaruhi keputusan pembelian saya	118
Tabel 4. 23	Saya lebih suka toko di Shopee yang menawarkan banyak pilihan model produk fashion	119
Tabel 4. 24	Banyaknya pilihan produk fashion di Shopee mendorong saya melakukan pembelian ulang	120
Tabel 4. 25	Rekapitulasi Visual Merchandising di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen Angkatan 2021	121
Tabel 4. 26	Interpretasi mengenai Visual Merchandising Produk Fashion di Shopee.....	123
Tabel 4. 27	Pedoman Interpretasi	124
Tabel 4. 28	Saya percaya merek fashion yang saya pilih di Shopee dapat diandalkan.....	125

Tabel 4. 29	Reputasi penjual di Shopee membuat saya yakin membeli produk fashion	126
Tabel 4. 30	Saya menilai produk fashion di Shopee sesuai dengan harapan saya	127
Tabel 4. 31	Saya memilih Shopee sebagai tempat utama membeli produk fashion	128
Tabel 4. 32	Saya terbiasa mencari produk fashion di Shopee meskipun hanya untuk melihat-lihat	129
Tabel 4. 33	Kemudahan belanja di shopee membuat saya sering membeli produk fashion	130
Tabel 4. 34	Saya sering merekomendasikan produk fashion di shopee kepada teman	131
Tabel 4. 35	Saya percaya produk fashion di shopee layak direkomendasikan	132
Tabel 4. 36	Saya senang membagikan link produk fashion shopee kepada orang lain	133
Tabel 4. 37	Saya cenderung membeli kembali produk fashion di shopee yang pernah saya beli	134
Tabel 4. 38	Saya memiliki niat untuk membeli produk fashion di shopee dalam waktu dekat	135
Tabel 4. 39	Saya lebih memilih membeli ulang di toko Shopee yang sama dari pada mencoba toko baru	136

Tabel 4. 40	Rekapitulasi Keputusan Pembelian di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen Angkatan 2021	137
Tabel 4. 41	Interpretasi Mengenai Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee.....	139
Tabel 4. 42	Rekap Hasil Analisis Deskriptif	140
Tabel 4. 43	Nilai-Nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	141
Tabel 4. 44	Nilai-nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian	148
Tabel 4. 45	Nilai-Nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Strategi Harga dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian.....	155