

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian.....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Peneliti	10
1.5.2 Bagi Intuisi	10
1.5.3 Bagi perusahaan.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10

BAB II	LANDASAN TEORI	12
2.1	Pengertian <i>E-commerce</i>	12
2.2	<i>Shopping Lifestyle</i>	13
2.2.1	Pengertian <i>shopping lifestyle</i>	13
2.3	<i>Sales Promotion</i>	15
2.3.1	Pengertian <i>Sales Promtion</i>	15
2.4	<i>Impulse Buying</i>	16
2.4.1	Pengertian <i>Impulse Buying</i>	16
2.5	Penelitian Terdahulu	18
2.6	Kerangka Pikir	19
2.7	Hipotesis Penelitian	20
2.7.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Shopee	20
2.7.2	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Shopee	20
2.7.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Dan <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Shopee	21
2.8	Kerangka Pengembangan Hipotesis	22
BAB III	METODE PENELITIAN	23
3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Sumber Data	23
3.3	Metode Pengumpulan Data	23
3.4	Populasi dan Sampel	24
3.4.1	Populasi	24
3.4.2	Sampel	24
3.5	Variable Penelitian	25
3.5.1	Variabel Penelitian Independen	25
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen	26

3.6	Definisi Operasional Variabel	26
3.7	Uji persyaratan instrumen.....	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	27
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	28
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	28
3.8.2	Uji Linieritas Sampel	29
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	29
3.9	Metode Analisis Data	30
3.9.1	Regresi Linier Berganda.....	30
3.10	Pengujian Hipotesis	31
3.10.1	Uji Parsial (Uji-t).....	31
3.10.2	Uji Simultan (Uji-F)	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 33

4.1	Deskripsi Data	33
4.1.1	Deskripsi karakteristik Responden.....	33
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	34
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	37
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	37
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	39
4.3	Hasil Uji Persyaratan Anlisis Data.....	39
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	39
4.3.2	Hasil Uji Liniertitas.....	40
4.3.3	Hasil Uji Multikolinieritas	40
4.4	Hasil Analisis Data	41
4.4.1	Regresi Linear Berganda	41

4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	42
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-f)	44
4.5 Pembahasan	45
4.5.1 Pembahasan <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	45
4.5.2 Pembahasan <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	46
4.5.3 Pembahasan <i>Shopping Lifestyle</i> Dan <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Saran	50
5.2.1 Bagi Perusahaan	50
5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kegiatan Sales Promotion Shopee	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	24
Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel	25
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamian	33
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Shopping Lifestyle (X1).....	34
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden SalesPromotion (X2).....	35
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Impulse buying (Y)	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Shopping Lifestyle	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas SalesPromotion	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Impulse Buying	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas.....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda.....	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Model Summary	42
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	42
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji f)	44

DAFTAR GAMBAR

Garfik 1.1 Data Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia.....	2
Grafik 1.2 Mengenai Jumlah Pengunjung Shopee Tahun 2020	4
Grafik 1.3 Perilaku Impulse Buying Konsumen Pada Shopee	5
Garfik 1.3 Mengenai Jumlah Transaksi Melalui E-Commerce Di Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	19
Gambar 2.1 Kerangka Pengembangan Hipotesis.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** Hasil Kuesioner
- Lampiran 3** Hasil Uji Karakteristik Responden
- Lampiran 4** Hasil Uji Frekuensi Variabel
- Lampiran 5** Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6** Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7** Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8** Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 9** Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 10** Hasil Uji Regresi Berganda