

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3    Rumusan Masalah.....	20
1.4    Tujuan Penelitian.....	20
1.5    Kegunaan Penelitian.....	21
1.5.1    Kegunaan Teoritis.....	21
1.5.2    Kegunaan Praktis.....	21
1.6    Sistematika Penulisan.....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>23</b>
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian.....	23
2.1.1    Pemasaran.....	23
2.1.2    Perilaku Konsumen.....	24
2.1.3    Pemasaran Internet.....	26
2.1.4    Bisnis Ritel.....	27
2.1.5    Toko Online.....	28
2.1.6 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	29
2.1.7 <i>Online Store Beliefs</i> (Keyakinan Konsumen pada <i>Toko Online</i> ).....	31
2.1.8 <i>Impulse Buying</i> .....	34
2.1.9    Teori Keterkaitan antar Variabel.....	36
2.2    Penelitian Terdahulu.....	37
2.3    Kerangka Pemikiran.....	53

2.4	Hipotesis Penelitian.....	55
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>57</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	57
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.2	Skala Pengukuran.....	62
3.3	Populasi dan Sampel.....	64
3.3.1	Populasi.....	64
3.3.2	Sampel.....	64
3.3.3	Teknik Sampling.....	65
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.4.1	Sumber Data.....	65
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.5	Teknik Pengujian Data.....	66
3.5.1	Uji Validitas.....	66
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	68
3.6	Teknik Analisis Data.....	69
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	69
3.6.2	Method of Successive Interval (MSI).....	71
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.7	Uji Hipotesis.....	73
3.7.1	Uji Simultan (F).....	73
3.7.2	Uji Parsial (T).....	73
3.7.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>75</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	75
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	78
4.2	Analisis Deskriptif Penelitian.....	78
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> ( $X_1$ ).....	78
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Online Store Beliefs</i> ( $X_2$ ).....	86
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> ( $Y$ ).....	99

4.3	Pengaruh Shopping Lifestyle dan Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Lazada.co.id .....	109
4.3.1	Transformasi Data Dengan Menggunakan MSI.....	109
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	110
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	114
4.4	Uji Hipotesis .....	115
4.4.1	Uji Simultan (F) .....	115
4.4.2	Uji Parsial (T).....	116
4.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	119
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	119
4.6.1	Hasil Analisis Deskriptif .....	120
4.6.2	Analisis Uji Hipotesis.....	120
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>122</b>
5.1	Kesimpulan .....	122
5.2	Saran .....	123
5.2.1	Saran bagi perusahaan .....	123
5.2.2	Saran bagi penelitian selanjutnya .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>125</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>128</b>