

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	14
1.6 Batasan Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Marketing .....	16
2.1.2 Digital Marketing.....	17
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	18

2.1.4 <i>Perceived Easiness</i> .....	18
2.1.5 Excessive Spending Behavior .....	19
2.1.6 Bauran Pemasaran.....	20
2.1.7 Bauran Promosi.....	20
2.1.8 <i>Promotional Activities</i> .....	21
2.1.9 Hubungan <i>Perceived Easiness</i> dan <i>Promotional Program</i> .....	22
2.1.10 Hubungan <i>Perceived Easiness</i> dan Excessive Spending Behavior.....	22
2.1.11 Hubungan <i>Promotional Program</i> dan Excessive Spending Behavior....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis Penelitian.....	42
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	44
3.2.1 Operasional Variabel.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran.....	48
3.3 Tahapan Penelitian.....	48
3.4 Populasi dan Sampel .....	50
3.4.1 Populasi .....	50
3.4.2 Sampel.....	50
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.5 Sumber Pengumpulan Data .....	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.7.1 Uji Validitas.....	52
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	54

3.8 Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	55
3.8.2 Method of Successive Interval (MSI) .....	57
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
3.9 Uji Hipotesis .....	59
3.9.1 Uji Parsial (Uji T) .....	59
3.9.2 Uji Simultan (Uji F) .....	59
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square) .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	61
4.2 Karakteristik Responden.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.3 Hasil Penelitian.....	64
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	64
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Promotional Program</i> .....	68
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Excessive Spending Behavior</i> .....	72
4.3.1 Method Successive Interval (MSI) .....	77
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	81
4.3.4 Uji Hipotesis .....	83
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91

5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan <i>E-Wallet</i> ShopeePay .....	92
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>99</b>