

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1 Skintific	1
1.1.2 Tiktok	2
1.1.3 TikTok Shop.....	3
1.1.4 Misi Perusahaan.....	3
1.1.5 Produk.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Teoritis	16
1.5.2 Aspek Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Gaya Hidup Komsumtif	18

2.1.2	<i>Online Customer Review</i>	23
2.1.3	Pembelian Impulsif	26
2.1	Penelitian Terdahulu	29
2.2	Kerangka Pemikiran	38
2.3	Hipotesis Penelitian	40
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	42
3.2.1	Operasional Variabel	42
3.2.2	Skala Pengukuran	45
3.3	Tahapan Penelitian	46
3.4	Populasi dan Sampel	47
3.4.1	Populasi	47
3.4.2	Sampel	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1	Sumber Data	48
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	49
3.6.1	Uji Validitas	49
3.6.2	Uji Reabilitas	49
3.7	Teknik Analisis Data	50
3.7.1	Analisis Deskriptif	50
3.7.2	<i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	52
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	52
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.7.5	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	54

3.7.6 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	54
3.7.7 Koefisien Determinasi	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Pengumpulan Data	56
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	58
4.3 Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	58
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup Konsumtif	59
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Online Customer Review</i>	64
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Impulsif	69
4.3.5 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	73
4.3.6 Uji Asumsi Klasik	73
4.3.7 Analisis Regresi Linear Berganda	76
4.3.8 Uji Hipotesis	78
4.3.9 Uji Koefisien Determinasi	80
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif Gaya Hidup Konsumtif.....	81
4.4.2 Hasil Analisis Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	81
4.4.3 Hasil Analisis Deskriptif Pembelian Impulsif.....	82
4.4.4 Hasil Analisis Kausalitas dengan Metode Regresi Linear Berganda	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	86
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92