

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.4 Produk dan Layanan Shopee	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 <i>E-commerce</i>	16

2.1.3	Perilaku Konsumen Digital	18
2.1.4	Pengertian Penggunaan <i>Paylater</i>	19
2.1.5	Dimensi Penggunaan <i>Paylater</i>	19
2.1.6	Pengertian Gaya Hidup Hedonis	20
2.1.7	Dimensi Gaya Hidup Hedonis	21
2.1.8	Pengertian Promosi Penjualan	21
2.1.9	Dimensi Promosi Penjualan	22
2.1.10	Pengertian <i>Impulsive buying behavior</i>	22
2.1.11	Dimensi <i>Impulsive buying behavior</i>	23
2.1.12	Hubungan antara variabel Penggunaan <i>Paylater</i> dengan Impulsive Buying Behavior	24
2.1.13	Hubungan antara variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Impulsive Buying Behavior	24
2.1.14	Hubungan antara variabel Promosi Penjualan dengan Impulsive Buying Behavior	25
2.1.15	Penelitian Terdahulu	26
2.2	Kerangka Pemikiran	34
2.3	Hipotesis Penelitian	35
2.4	Batasan Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Operasionalisasi Variabel	38
3.2.1	Operasional Variabel	38
3.2.2	Skala Pengukuran	46
3.3	Tahapan Penelitian	46
3.4	Populasi dan Sampel	47

3.4.1	Populasi.....	47
3.4.2	Sampel.....	47
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	49
3.5.1	Pengumpulan Data	49
3.5.2	Sumber Data.....	50
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.6.1	Uji Validitas.....	50
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.7.1	Analisis Deskriptif	54
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	56
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.8	Uji Hipotesis	58
3.8.1	Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	58
3.8.2	Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	60
3.8.3	Koefisiensi Determinasi (R ²).....	61
3.8.4	Koefisiensi Determinasi Parsial	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Pengumpulan Data	62
4.2	Karakteristik Responden	62
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
4.3	Hasil Penelitian	64
4.3.1	Analisis Deskriptif	64

4.3.2	Uji Asumsi Klasik	75
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.3.4	Uji Hipotesis	79
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	82
4.3.6	Koefisiensi Determinasi Parsial	83
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	84
4.4.1	Pengaruh Penggunaan <i>Paylater</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behavior</i>	84
4.4.2	Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap <i>Impulsive Buying Behavior</i>	85
4.4.3	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap <i>Impulsive Buying Behavior</i>	86
4.4.4	Pengaruh Penggunaan <i>Paylater</i> , Gaya Hidup Hedonis, dan Promosi Penjualan terhadap <i>Impulsive Buying Behavior</i>	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.1	Saran.....	89
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	89
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	90
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN.....		98