

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	18
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	19
1.4 Sistematika Penelitian .....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	21
2.1.2 Pembelian Impulsif .....	23
2.1.3 Karakteristik Pembelian Impulsif .....	24
2.1.4 Jenis Pembelian Impulsif .....	25

2.1.5	Bauran Pemasaran .....	26
2.1.6	<i>Price Discount</i> .....	27
2.1.7	Strategi Penetapan Harga .....	29
2.1.8	Tujuan <i>Price Discount</i> .....	30
2.1.9	Daya Tarik Iklan .....	31
2.1.10	<i>E-Wallet</i> .....	34
2.1.11	Generasi-Z (Gen Z).....	37
2.2	Hubungan Antar Variabel .....	38
2.2.1	Hubungan Antara <i>Price Discount</i> dengan Pembelian Impulsif .....	38
2.2.2	Hubungan Antara Daya Tarik Iklan dengan Pembelian Impulsif .....	39
2.2.3	Hubungan Antara <i>Price Discount</i> dan Daya Tarik Iklan dengan Pembelian Impulsif .....	40
2.3	Penelitian Terdahulu .....	41
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	46
2.5	Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN .....		48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	48
3.3.1	Variabel Penelitian .....	48
3.3.2	Definisi Operasional.....	49
3.2	Populasi dan Sampel .....	50
3.2.1	Populasi .....	50
3.2.2	Sampel.....	50
3.3	Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	53
3.3.1	Data Primer .....	53
3.3.2	Data Sekunder .....	53
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	54
3.4.1	Kuesioner .....	54
3.4.2	Studi Pustaka.....	56
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner.....	57

3.5.1 Uji Semantik.....	57
3.5.2 Uji Statistik.....	60
3.5.2.1 Uji Validitas.....	60
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.6 Metode Analisis Data.....	62
3.6.1 Analisis Kuantitatif .....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	70
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	70
4.1.1 Deskripsi Umum Aplikasi Go-Pay.....	70
4.1.2 Deskripsi Umum Aplikasi OVO .....	70
4.1.3 Deskripsi Umum Aplikasi DANA .....	71
4.1.4 Deskripsi Umum Aplikasi LinkAja .....	72
4.2 Gambaran Umum Responden .....	72
4.3 Hasil Analisis .....	75
4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.3.2 Analisis SEM .....	77
4.3.3 Analisis <i>Full Model SEM</i> .....	83
4.4 Pembahasan.....	92
4.4.1 <i>Price Discount</i> terhadap Pembelian Impulsif .....	92
4.4.2 Daya Tarik Iklan terhadap Pembelian Impulsif .....	92
4.4.3 <i>Price Discount</i> dan Daya Tarik Iklan terhadap Pembelian Impulsif .....	93
BAB V PENUTUP .....	96
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Implikasi Teoritis .....	97
5.3 Implikasi Manajerial .....	98
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	100
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN.....	106