

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	18
2.1.2 Model S – O – R .....	20
2.1.3 <i>Impulse Buying</i> .....	21
2.1.4 <i>Live Streaming Shopping</i> .....	26
2.1.5 <i>Price Discount</i> .....	29

2.1.6	<i>Ease of Payment</i> .....	31
2.2	Hubungan antar Variabel.....	32
2.2.1	Hubungan antara <i>Live Streaming Shopping</i> dengan <i>Impulse Buying</i> .....	32
2.2.2	Hubungan antara <i>Price Discount</i> dengan <i>Impulse Buying</i> .....	34
2.2.3	Hubungan antara <i>Ease of Payment</i> dengan <i>Impulse Buying</i> .....	35
2.3	Penelitian Terdahulu.....	36
2.4	Kerangka Pemikiran .....	38
2.5	Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.1.1	Variabel Penelitian.....	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1	Populasi.....	42
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	44
3.3.1	Data Primer .....	44
3.3.2	Data Sekunder .....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5	Metode Analisis Data .....	46
3.5.1	Uji Validitas .....	47
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	47
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51

3.5.5	Uji Hipotesis .....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN .....		54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian .....	54
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	55
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	59
4.2.1	Analisis Deskripsi Variabel Live Streaming Shopping .....	60
4.2.2	Analisis Deskripsi Variabel Price Discount .....	61
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel Ease of Payment .....	61
4.2.4	Analisis Deskripsi Variabel Impulse Buying .....	62
4.3	Analisis Data .....	63
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	65
4.3.3	Analisis Linear Regresi Berganda dan Uji Hipotesis .....	71
4.4	Interpretasi Hasil Penelitian .....	77
BAB V PENUTUP .....		83
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Implikasi Teoritis .....	84
5.3	Implikasi Manajerial .....	85
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	87
5.5	Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....		90