

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Teori SOR (<i>Stimulus-Organism-Response</i>).....	22
2.1.2 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	24
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	27
2.2 Pengaruh Antar Variabel	30
2.2.1 Pengaruh <i>Adventure shopping</i> terhadap <i>Impulse buying</i>	30
2.2.2 Pengaruh <i>Value shopping</i> terhadap <i>Impulse buying</i>	31
2.2.3 Pengaruh <i>Idea shopping</i> terhadap <i>Impulse buying</i>	31
2.2.4 Pengaruh <i>Social shopping</i> terhadap <i>Impulse buying</i>	32
2.2.5 Pengaruh <i>Relaxation shopping</i> terhadap <i>Impulse buying</i>	33
2.3 Penelitian Terdahulu.....	34

2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.5	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.1.2	Variabel Penelitian.....	40
3.1.3	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel.....	43
3.2.2	Populasi.....	43
3.2.3	Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3.2	Data Primer.....	45
3.3.3	Data Sekunder.....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5	Metode Analisis Data.....	47
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	47
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.5.4	Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	54
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	55
4.1.3	Logo Perusahaan.....	55
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	56
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.2.5	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.3	Analisis Data.....	60
4.3.1	Uji Instrumen Penelitian.....	60

4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3	Uji Regresi Linier Berganda	66
4.3.4	Uji Kelayakan Model	69
4.4	Pembahasan	74
4.4.1	Pengaruh Variabel <i>Adventure Shopping</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> di Tokopedia	75
4.4.2	Pengaruh Variabel <i>Value Shopping</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> di Tokopedia	75
4.4.3	Pengaruh Variabel <i>Idea Shopping</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> di Tokopedia	76
4.4.4	Pengaruh Variabel <i>Social Shopping</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> di Tokopedia	77
4.4.5	Pengaruh Variabel <i>Relaxation Shopping</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> di Tokopedia	78
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Implikasi Teoritis.....	80
5.3	Implikasi Manajerial.....	81
5.4	Keterbatasan Penelitian	83
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....		89
LAMPIRAN B JAWABAN KUESIONER PENELITIAN.....		99
LAMPIRAN C TABULASI DATA RESPONDEN.....		106
LAMPIRAN D HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS 26.....		112