

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	Hal
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.2 Pembelian Impulsif	19
2.1.4 Kualitas Website	22
2.1.6 Motif Belanja Hednonis	24
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan Variabel Promosi Penjualan Dan Pembelian Impulsif ..	26
2.2.2 Hubungan Variabel Kualitas Website Dan Pembelian Impulsif.....	27
2.2.3 Hubungan Variabel E-WOM Dan Pembelian Impulsif	28
2.2.4 Hubungan Variabel Motif Belanja Hedonis Dan Pembelian Impulsif	
.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.5 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	34

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.1.1	Variabel Penelitian	35
3.1.2	Definisi Operasional.....	36
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.2.1	Populasi	38
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	40
3.4	Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1	Pengumpulan Data Primer	40
3.4.2	Pengumpulan Data Sekunder.....	41
3.5	Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2	Metode Analisis Data	53
4.2.1	Uji Kualitas Data.....	53
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.2.4	Alat Analisis.....	61
BAB V PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Implikasi Teoritis	68
5.3	Implikasi Manajerial.....	70
5.4	Keterbatasan Penelitian	71
5.5	Agenda Penelitian Mendatang.....	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN 1		78
LAMPIRAN 2		84
LAMPIRAN 3		88