

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3. Rumusan Masalah	20
1.4. Tujuan Penelitian	21
1.5. Manfaat Penelitian.....	21
1.5.1. Aspek Teoritis	21
1.5.2. Aspek Praktis	21
1.6. Sistematika Penulisan	21
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian.....	23
2.1.1. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	23
2.1.2. <i>E-Commerce</i>	24
2.1.3. Promosi Penjualan.....	25
2.1.4. Kualitas Produk	26
2.1.5. Motivasi Belanja Hedonis	28
2.1.6. <i>Live Streaming Shopping</i>	29
2.1.7. Pembelian Impulsif	29
2.2. Pengaruh Antar Variabel	30
2.2.1. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif.....	30
2.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif.....	31

2.2.3.	Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif	31
2.3.	Penelitian Terdahulu	33
2.4.	Kerangka Pemikiran	43
2.5.	Hipotesis Pemikiran.....	46
BAB III.....		49
METODE PENELITIAN		49
3.1.	Jenis Penelitian	49
3.2.	Operasionalisasi Variabel	49
3.2.1.	Variabel Operasional	49
3.3.	Tahapan Penelitian.....	54
3.4.	Populasi dan Sampel.....	54
3.4.1.	Populasi.....	54
3.4.2.	Sampel.....	55
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.5.	Data yang Diperlukan dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.1.	Data yang Diperlukan.....	57
3.5.2.	Sumber Data.....	58
3.5.3.	Teknik Pengumpulan Data	59
3.6.	Uji Validitas dan Reabilitas	59
3.6.1.	Uji Validitas.....	59
3.6.2.	Uji Reabilitas.....	62
3.7.	Teknik Analisis Data.....	63
3.7.1.	Analisis Data Deskriptif	63
3.7.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.7.3.	Method of Successive Interval (MSI)	65
3.7.4.	<i>Statistical Package for Social Sciences (SPSS)</i>	66
3.8.	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.8.1.	Uji Normalitas	67
3.8.2.	Uji Multikolinearitas	67
3.8.3.	Uji Heteroskedastisitas	68
3.8.4.	Uji Hipotesis.....	68
3.8.5.	Uji Hipotesis Simultan (Uji f)	68
3.8.6.	Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	69
3.8.7.	Uji Koefisien Determinasi.....	71

BAB IV	72
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1. Pengumpulan Data.....	72
4.2. Karakteristik Responden.....	72
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	76
4.3. Data Deskriptif	76
4.3.1. Tanggapan Responden Variabel Promosi Penjualan	77
4.3.2. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk.....	78
4.3.3. Tanggapan Responden Variabel Motivasi Belanja Hedonis.....	81
4.3.4. Tanggapan Responden Variabel Pembelian Impulsif.....	83
4.4. Hasil Penelitian.....	86
4.4.1. Hasil Uji Validitas	86
4.4.2. Hasil Uji Reabilitas	88
4.4.3. Uji Asumsi Klasik	89
4.4.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	93
4.4.5. Uji Hipotesis.....	94
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	99
4.5.1. Uji Hipotesis 1 : Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif pada Shopee <i>Live</i>	99
4.5.2. Uji Hipotesis 2 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif pada Shopee <i>Live</i>	100
4.5.3. Uji Hipotesis 3 : Motivasi Belanja Hedonis berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif pada Shopee <i>Live</i>	101
4.5.4. Uji Hipotesis 4 : Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Motivasi Belanja Hedonis berpengaruh secara simultan terhadap Pembelian Impulsif pada Shopee <i>Live</i>	102
BAB V.....	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106

LAMPIRAN.....	114
----------------------	------------