

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian	10
a. Kontribusi Praktis	10
b. Kontribusi Akademis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. <i>Impulse Buying</i>	11
a. Definisi <i>Impulse Buying</i>	11
b. Dimensi <i>Impulse Buying</i>	12
2. Promosi	14
a. Definisi Promosi	14
b. Dimensi Promosi	15
3. <i>Hedonic Shopping Motives</i>	18
a. Definisi <i>Hedonic Shopping Motives</i>	18

b. Dimensi <i>Hedonic Shopping Motives</i>	19
4. <i>Shopping Lifestyle</i>	20
a. Definisi <i>Shopping Lifestyle</i>	20
b. Dimensi <i>Shopping Lifestyle</i>	21
5. Penelitian Terdahulu	22
B. Rerangka Konseptual	25
C. Pengembangan Hipotesis	26
1. Pengaruh Promosi Terhadap <i>Impulse Buying</i>	26
2. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motives</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> ...	27
3. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi dan Operasional Variabel	30
1. Definisi Variabel	30
a. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	30
b. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	31
2. Operasional Variabel	31
D. Pengukuran Variabel	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi Penelitian	34
2. Sampel Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Metode Analisis	36
1. Analisis Deskriptif	36
2. Uji Kualitas Data	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas	37
3. Uji Asumsi Klasik	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Linearitas	39

c. Uji Multikolinieritas	39
d. Uji Heterokedastisitas.....	40
4. Uji Kesesuaian Model	41
a. Uji Koefisien Determinasi	41
b. Uji F (Uji ANOVA)	42
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
6. Uji Hipotesis (Uji Statistik t).....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
2. Produk Lazada.....	45
3. Pemesanan dan Pembayaran	45
4. Pengiriman	46
5. Visi dan Misi	47
6. Tempat dan Waktu Penelitian	48
7. Karakteristik Profil Responden	48
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	49
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	49
C. Hasil Uji Kualitas Data	52
1. Hasil Uji Validitas	52
2. Hasil Uji Reliabilitas	54
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
1. Hasil Uji Normalitas	55
a. Metode <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	55
b. Metode P-P Plot.....	56
2. Hasil Uji Multikolonieritas	56
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
a. Metode <i>Spearman's rho</i>	57
b. Metode Scatterplots	58
4. Hasil Uji Linearitas	58

E. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	59
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
2. Hasil Uji F ANOVA.....	60
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
G. Hasil Uji Hipotesis	62
H. Pembahasan.....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA