

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. Motivasi Belanja Hedonis .....	13
2. Promosi Penjualan .....	15
3. Kualitas Aplikasi.....	19
4. Electronic Word of Mouth (EWOM).....	21
5. Pembelian Impulsif .....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Hubungan Antar Variabel .....	48
D. Kerangka Pemikiran.....	52
E. Hipotesis Penelitian .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
A. Rancangan Penelitian.....	54
B. Objek Penelitian dan Waktu Penelitian.....	55
C. Populasi.....	55
D. Sampel dan Teknik Sampling .....	55

E. Jenis Data Penelitian .....	57
F. Teknik Pengumpulan Data.....	57
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	58
H. Definisi Operasional Variabel.....	59
I. Skala Pengukuran Variabel Penelitian.....	62
J. Uji Instrumen Penelitian .....	63
K. Teknik Analisis Data.....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
B. Analisis Deskriptif Responden.....	74
C. Statistik Deskriptif .....	78
D. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas .....	85
E. Analisis Hipotesis .....	88
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>100</b>
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Sosial Media Paling Banyak Digunakan Tahun 2022.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 4. 1 Logo TikTok Shop .....	72
Gambar 4. 2 Fitur TikTok Shop.....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel.....	62
Tabel 3. 3 Skala Interval Distribusi Kriteria .....	63
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	74
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	75
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	76
Tabel 4. 4 Karakteristik Asal Pendapatan Responden .....	78
Tabel 4. 5 Statistik Responden.....	79
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskripsi.....	80
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Tentang Motivasi Belanja Hedonis .....	81
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Tentang Promosi Penjualan.....	82
Tabel 4. 9 Penilaian Responden Tentang Kualitas Aplikasi .....	82
Tabel 4. 10 Penilaian Responden Tentang <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM).....	83
Tabel 4. 11 Penilaian Responden Tentang Pembelian Impulsif .....	84
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2 Rekapitulasi Identitas dan Tabulasi Data Responden.....	118
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 30 Responden.....	131
Lampiran 4 Hasil Uji Karakteristik Responden .....	141
Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif .....	143
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	145