

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Tinjauan Teoritik	10
1.5.2 Kajian Empirik	33
1.6 Hubungan Antar Variabel	51
1.6.1 Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying ...	51
1.6.2 Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying	52
1.6.3 Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying	54
1.7 Kerangka Pemikiran	56
1.8 Hipotesis	58
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	60
1.9.1 Definisi Konsep	60
1.9.2 Definisi Operasional	62
1.10 Metode Penelitian	68
1.10.1 Jenis Penelitian	68
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	68
1.10.3 Lokasi Penelitian	68
1.10.4 Populasi dan Sampel	69
1.10.5 Teknik Sampling	70

1.10.6 Sumber Data	71
1.10.7 Teknik Pengumpulan Data.....	71
1.10.8 Teknik Pengukuran Data.....	72
1.10.9 Uji Instrumen Penelitian.....	73
1.10.10 Teknik Analisis Data.....	75
1.10.11 Uji Hipotesis	78
BAB II GAMBARAN OBYEK PENELITIAN	80
2.1 Sejarah Shopee	80
2.2 Logo Shopee	81
2.3 Visi, Misi Shopee	82
2.4 Nilai-Nilai Shopee	82
2.5 Lokasi Shopee	83
2.6 Produk yang Dijual Shopee.....	84
2.7 Layanan Shopee.....	84
2.8 Keterkaitan Perusahaan dengan Perspektif Variabel Penelitian	85
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	92
1.1 Uji Instrumen Penelitian.....	92
1.2 Karakteristik Responden	97
1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	97
1.2.2 Responden Berdasarkan Usia	98
1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	99
1.2.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran/bulan di Shopee.....	100
1.3 Analisis Data.....	101
1.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	101
1.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	133
1.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	135
1.3.4 Uji Hipotesis	137
1.3.5 Koefisien Determinasi	141
1.4 Pembahasan	142
BAB IV PENUTUP	146
4.1 Kesimpulan.....	146
4.2 Saran	147
DAFTAR PUSTAKA.....	149

LAMPIRAN.....	156
----------------------	------------