

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
A. Landasan Teori .....	16
1. <i>Impulsive Buying</i> .....	16
2. <i>Flash Sale Promotion</i> .....	19
3. <i>Discount</i> .....	22
4. <i>Online Customer Review</i> .....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hubungan Antar Variabel.....	30
1. Pengaruh variabel <i>Flash Sale Promotion</i> terhadap variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	30
2. Pengaruh variabel <i>Discount</i> terhadap variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	31
3. Pengaruh variabel <i>Online Customer Review</i> terhadap variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	32
4. Pengaruh variabel <i>Flash Sale Promotion, Discount, dan Online Customer Review</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	32

D. Kerangka Pemikiran.....	33
E. Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Obyek dan Waktu Penelitian .....	36
C. Populasi.....	36
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	36
E. Jenis Data Penelitian .....	39
F. Prosedur Pengambilan Data .....	40
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	40
H. Definisi Operasional Variabel .....	41
I. Skala Pengukuran Variabel .....	43
J. Uji Instrumen .....	45
K. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Analisis Deskriptif .....	52
B. Deskriptif Variabel .....	55
C. Analisis Kuantitatif .....	60
D. Pembahasan.....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	42
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert.....	44
Tabel 3. 3 Skala Interval Kriteria Jawaban Responden.....	44
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 3. 5 Hasil Uji Relibialitas .....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden .....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Tempat Tinggal Responden .....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4. 5 Statistik Responden .....	55
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskriptif .....	56
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel <i>Flash Sale Promotion</i> .....	58
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel <i>Discount</i> .....	58
Tabel 4. 9 Penilaian Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	59
Tabel 4. 10 Penilaian Variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	60
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji F .....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023).....	4
Gambar 1.2 Most Used Platform .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	83
Lampiran 2 Rekapitulasi Data 30 Responden.....	97
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas .....	104
Lampiran 4 Rekapitulasi Data 110 Responden .....	111
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif.....	129
Lampiran 7 Uji Analisis Regresi dan Linear Berganda .....	134