

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.2 Dimensi <i>Impulsive Buying</i>	10
2.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	11
2.1.4 Indikator <i>Impulsive Buying</i>	13
2.2 <i>Paylater</i>	14
2.2.1 Definisi <i>Paylater</i>	14
2.2.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Paylater</i>	16
2.2.3 Ketentuan dan Mekanisme <i>Paylater</i>	18
2.2.4 Indikator <i>Paylater</i>	19

2.3	<i>Flash Sale</i>	21
2.3.1	Definisi <i>Flash Sale</i>	21
2.3.2	Manfaat <i>Flash Sale</i>	23
2.3.3	Kelebihan dan Kekurangan <i>Flash Sale</i>	24
2.3.4	Indikator <i>Flash Sale</i>	27
2.4	Penelitian Terdahulu.....	30
2.5	Kerangka Konseptual	33
2.6	Hipotesis	34
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
3.1	Metode.....	35
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel	36
3.3	Data Penelitian	37
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4	Variabel Penelitian	39
3.4.1	Klasifikasi Variabel Penelitian	39
3.4.2	Definisi Konseptual	40
3.4.3	Definisi Operasional	40
3.5	Metode Analisis Data	41
3.5.1	Skala Pengukuran	41
3.5.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.5.3	Uji Instrumen	42
3.5.3.1	Uji Validitas	42
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	44
3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.4.1	Uji Normalitas	45
3.5.4.2	Uji Multikolinieritas.....	46
3.5.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.5.4.4	Uji Autokorelasi	48
3.6	Pengujian Hipotesis	49
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	49

3.6.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	49
3.6.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	51
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil.....	53
4.1.1 Profil Shopee.....	53
4.1.2 Hasil Penelitian	55
4.1.2.1 Karakteristik Responden	55
4.1.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
4.1.2.3 Analisis Data	63
4.1.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	74
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh <i>SPaylater</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	80
4.2.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	82
4.2.3 Pengaruh <i>SPaylater</i> dan <i>Flash Sale</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	83
BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran	86
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	86
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	93