

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	7
1. 3 Tujuan Penelitian.....	7
1. 4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2. 1 Perilaku Konsumen	9

2.1.1	Model Perilaku Konsumen.....	10
2.2	Teori SOR (<i>Stimulus-Organisme-Respons</i>)	17
2.3	Diskon	19
2.3.1	Tujuan Diskon.....	20
2.3.2	Jenis-Jenis Diskon.....	21
2.3.3	Indikator Harga Diskon.....	23
2.3.4	Faktor-Faktor Harga Diskon	24
2.4	Fitur <i>Paylater</i> Tiktok Shop.....	25
2.4.1	Keuntungan Penggunaan <i>Paylater</i>	26
2.4.2	Faktor-Faktor Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	29
2.4.3	Indikator Pengukuran Fitur <i>Paylater</i>	30
2.5	<i>Electronic - Word Of Mouth</i> (E-WOM)	31
2.5.1	Karakteristik <i>Electronic-Word Of Mouth</i>	32
2.5.2	Kelebihan <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....	33
2.5.3	Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	34
2.6	<i>Impulsive Buying</i>	35
2.6.2	Faktor- faktor <i>Impulsive Buying</i>	37
2.6.3	Indikator <i>Impulsive Buying</i>	38
2.7	Penelitian Terdahulu.....	39
2.8	Kerangka Konseptual	42
2.9	Hipotesis.....	43
BAB III.....		45
METODE PENELITIAN		45
3.1	Metode.....	45

3.2	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	45
3.3	Populasi dan sampel	46
3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Data Penelitian	47
3.4.1	Jenis Data dan Sumber Data	47
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5	Variabel Penelitian	49
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.6	Metode Analisis Data	52
3.6.1	Skala Pengukuran.....	52
3.6.2	Uji Instrumen	53
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.4	Uji Hipotesis	56
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Hasil.....	60
4.1.1	Gambaran Umum Tiktok	60
4.1.2	Karakteristik Responden	62
4.2	Analisis Data	67
4.2.1	Hasil Uji Instrumen	67
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.4	Koefisien Determinasi (R^2)	81

4.3	Pembahasan	82
4.3.1	Pengaruh Diskon Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Gen Z Di Tiktokshop Kota Blitar	82
4.3.2	Pengaruh Fitur <i>Paylater</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Gen Z Di Tiktokshop Kota Blitar	84
4.3.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Gen Z di Tiktokshop Kota Blitar	85
4.3.4	Pengaruh Diskon, Fitur <i>Paylater</i> , E-WOM Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	88
BAB V	90
KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Keterbatasan Penelitian	90
5.3	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Marketplace di Indonesia Tahun 2023	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 3. 2 Skala Liket	52
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Tiktokshop.	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	65
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Sering Dibeli	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon (X1)	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Paylater	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM.....	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulsive Buying</i>	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Relibilitas Variabel Diskon (X1)	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Relibilitas Variabel Fitur Paylater (X2).....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas Variabel E-WOM (X3)	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov Smirnov	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial).....	77

Tabel 4. 19 Hasil Uji f (Simultan)	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)	81
Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon (X1)	109
Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Paylater	109
Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (X3)	110
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	110
Tabel 5 Hasil Uji Reabilitas Diskon (X1)	111
Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas Fitur Paylater (X2).....	111
Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas E-WOM (X3)	111
Tabel 8 Hasil Uji Reabilitas <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	111
Tabel 9 Hasil Uji Normalitas.....	112
Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas	113
Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	113
Tabel 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	113
Tabel 13 Hasil Uji T (parsial).....	113
Tabel 14 Hasil Uji F (simultan).....	114
Tabel 15 Hasil Koefisien Determinasi	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	11
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	42
Gambar 4. 1 Logo Tiktokshop	60
Gambar 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	63
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Tiktokshop	64
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Melalui Tiktokshop	65
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Sering Dibeli	66
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-P Plot	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Tabulasi Data	100
Lampiran 3 Output SPSS	109