

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo TikTok	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet Di Indonesia	4
Gambar 1.3 Waktu Yang Dhabiskan dengan Media Setiap Hari	5
Gambar 1.4 Data Frekuensi Belanja Online Saat Ini Dibanding Ketika Covid-19	6
Gambar 1.5 Data Faktor Penyebab Terjadinya Proses <i>Impulse Buying</i>	7
Gambar 1.6 Data Alasan Belanja Online Di E-Commerce Pilihan	8
Gambar 1.7 Kuisisioner Prasurvey <i>Impulsive Buying</i>	9
Gambar 1.8 Data Aktivitas Belanja di Media Sosial	10
Gambar 1.9 Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak Digunakan.....	11
Gambar 1.10 Aktivitas Belanja Online dan Demografi Usia Pengguna TikTok di Indonesia	12
Gambar 1.11 Demografi Lokasi Pengguna TikTok Di Indonesia	13
Gambar 1.12 Fenomena <i>Impulsive Buying</i>	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	42
Gambar 3.2 Klasifikasi Kategori Penilaian Presentase dalam Garis Kontinum	51
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian di TikTok Shop per Bulan	61
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	65
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel Harga Diskon.....	69
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel <i>Impulsive Buying</i>	74
Gambar 4.8 Histogram.....	75
Gambar 4.9 Grafik Normal Probability Plot.....	75
Gambar 4.10 Diagram Scatterplot	78