

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Aspek Teoritis.....	18
1.5.2 Aspek Praktis .....	18
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	19
2.1.1 Pemasaran .....	19

2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	20
2.1.4 Bauran Promosi.....	21
2.1.5 <i>E-commerce</i> .....	22
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.7 <i>Sales Promotion</i> .....	23
2.1.8 <i>Flash Sale</i> .....	25
2.1.9 <i>Price Discount</i> .....	26
2.1.10 <i>Impulse Buying</i> .....	28
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	30
2.2.1 <i>Sales Promotion Flash Sale</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	30
2.2.2 <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3.1 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional .....	32
2.3.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional .....	34
2.3.3 Penelitian Terdahulu Skripsi.....	37
2.4 Kerangka Pemikiran .....	40
2.5 Hipotesis Penelitian.....	41
2.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	42
2.6.1 Variabel Penelitian.....	42
2.6.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	42
2.6.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	43
3.2.1 Variabel Operasional .....	43

3.2.2 Skala Pengukuran .....	45
3.3 Tahapan Penelitian .....	46
3.4 Populasi dan Sampel .....	48
3.4.1 Populasi.....	48
3.4.2 Sampel .....	48
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5.1 Data Primer .....	50
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.7 Teknik Analisis Data .....	54
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	54
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.8.1 Uji Normalitas.....	56
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	56
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas .....	57
3.9 Uji Hipotesis.....	57
3.9.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji f).....	57
3.9.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	58
3.9.3 Uji Koefisiensi Determinasi.....	59
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	61
4.2 Karakteristik Responden .....	61

4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	62
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	63
4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....	64
4.3 Hasil Penelitian.....	65
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	65
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
4.3.4 Uji Hipotesis .....	79
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
4.4.1 Analisis Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	84
4.4.2 Uji Hipotesis 1: <i>Sales promotion flash sale</i> berpengaruh terhadap perilaku <i>impulse buying</i> pada <i>marketplace</i> Tokopedia.....	86
4.4.3 Uji Hipotesis 2: <i>Price discount</i> berpengaruh terhadap perilaku <i>impulse buying</i> pada <i>marketplace</i> Tokopedia .....	87
4.4.4 Uji Hipotesis 3: <i>Sales promotion flash sale</i> dan <i>price discount</i> berpengaruh secara simultan terhadap perilaku <i>impulse buying</i> pada <i>marketplace</i> Tokopedia .....	88
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi: <i>Sales promotion flash sale</i> dan <i>price discount</i> berpengaruh secara simultan terhadap perilaku <i>impulse buying</i> pada <i>marketplace</i> Tokopedia .....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran .....	91
5.2.1 Aspek Teoritis.....	91
5.2.2 Aspek Praktis .....	91

DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	100