

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Umum.....	2
1.1.4 Produk dan Layanan Shopee.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Teoritis	15
1.5.2 Aspek Praktis	15
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Kajian Teori Penelitian	16

2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.3 Promosi Penjualan.....	18
2.1.4 Motivasi Belanja Hedonis	20
2.1.5 Pembelian Impulsif	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hubungan Antar Variabel	32
2.4.1 Hubungan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif	32
2.4.2 Hubungan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	33
2.4.3 Hubungan Promosi Penjualan dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif	33
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	35
3.2.1 Operasional Variabel.....	35
3.2.2 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Tahapan Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Sumber Data.....	41
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1 Uji Validitas	42

3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1 Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.7.4 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	49
3.7.5 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	50
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Pengumpulan Data	52
4.2 Karakteristik Responden	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	55
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Analisis Deskriptif	56
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan	56
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Motivasi Belanja Hedonis.....	60
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Impulsif.....	66
4.3.5 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
4.3.7 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	75
4.3.8 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	76
4.3.9 Uji Koefisien Determinasi	77
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.4.1 Variabel Promosi Penjualan.....	78

4.4.2 Variabel Motivasi Belanja Hedonis	79
4.4.3 Variabel Pembelian Impulsif.....	80
4.4.4 Hubungan Variabel Promosi Penjualan dan Pembelian Impulsif	80
4.4.5 Hubungan Variabel Motivasi Belanja Hedonis dan Pembelian Impulsif .	81
4.4.6 Hubungan Variabel Promosi Penjualan dan Motivasi Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	85
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	94