

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.2    Logo Perusahaan .....	1
1.1.3    Layanan Produk .....	3
1.2    Latar Belakang Permasalahan .....	4
1.3    Rumusan Masalah.....	24
1.4    Tujuan Penelitian.....	25
1.5    Kegunaan Penelitian.....	25
1.6    Sistematika Penulisan.....	25
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>27</b>
2.1    Teori dan Penelitian Terdahulu .....	27
2.2    Kerangka Pemikiran .....	48
2.3    Hipotesis Penelitian .....	51
2.4    Ruang Lingkup Penelitian .....	51
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>52</b>

3.1	Metode dan Jenis Penelitian .....	52
3.2	Operasional Variabel .....	53
3.2.1	Operasional variabel.....	53
3.3	Populasi dan Sampel.....	58
3.3.1	Populasi.....	58
3.3.2	Sampel.....	59
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.4.1	Data Primer .....	60
3.4.2	Data sekunder.....	61
3.4.3	Garis Kontinum.....	61
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.5.1	Uji Validitas .....	63
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	65
3.6	Teknik analisis Data .....	66
3.6.1	Teknik Analisis Deskriptif .....	66
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.6.3	Regresi Linear Berganda.....	69
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	70
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>72</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	72
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	73
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	74
4.2	Hasil Penelitian.....	75
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	75
4.3	Pembahasan Penelitian.....	92
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	92

4.3.2	Uji Regresi Linear Berganda.....	96
4.3.3	Uji Hipotesis.....	97
4.4	Pengaruh <i>Flash Sale</i> dan <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	99
4.4.1	Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	99
4.4.2	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	100
4.4.3	Pengaruh <i>Flash Sale</i> dan <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Secara Simultan .....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>102</b>
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran .....	103
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	103
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>109</b>