

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Tugas Akhir	9
1.4. Manfaat Tugas Akhir	9
1.5. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	11
1.6. Sistematika Laporan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Literatur.....	13
2.1.1. Teori SOR (<i>Stimulus Organism Response</i>)	13
2.1.2. Pemasaran.....	14
2.1.3. Pemasaran Digital	15
2.1.4. <i>E-commerce</i>	15
2.1.5. Promosi	17
2.1.6. <i>Flash Sale</i>	18
2.1.7. <i>Impulsive Buying</i>	19
2.1.8. Keputusan Pembelian	20
2.1.9. Perilaku Konsumen.....	22
2.1.10. Gaya Hidup	24
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Pemilihan Metode / Kerangka Kerja.....	36
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH	39
3.1. Sistematika Penyelesaian Masalah	39
3.1.1. Operasionalisasi Variabel.....	40

3.1.2.	Tahapan Penelitian.....	43
3.1.3.	Populasi dan Sampel	44
3.1.4.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	45
3.1.5.	Uji Validitas Dan Uji Realibitas	46
3.1.6.	Teknik Analisis Data	48
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL		56
4.1.	Pengumpulan Data.....	56
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	56
4.2.	Pengolahan Data	59
4.3.	Verifikasi Hasil.....	60
4.3.1.	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	60
4.4.	Validasi.....	67
4.4.1.	Pengujian Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
4.4.2.	Uji Hipotesis.....	69
4.5.	Analisis Penyelesaian Masalah.....	73
4.5.1.	Analisis Deskriptif.....	73
4.6.	Analisis Implementasi	93
4.7.	Implikasi Tugas Akhir	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1.	Kesimpulan	98
5.2.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		98
LAMPIRAN.....		xiii
Lampiran Kuisisioner		xiii
Lampiran Pernyataan		xxiv