

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Surat Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Persembahan	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Harga	10
2.2.2 Diskon Harga	12
2.2.3 Motivasi Hedonis	14
2.2.4 Pembelian Impulsif	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1 Hubungan Diskon Harga dengan Pembelian Impulsif.....	19
2.3.2 Hubungan Motivasi Hedonis dengan Pembelian Impulsif.....	19

2.4 Kerangka Konseptual	20
2.5 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.3 Variabel dan Definisi Oprasioal Variabel	22
3.3.1 Variabel	22
3.3.2 Definisi Oprasioal Variabel.....	23
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.1 Data dan Sumber Data	27
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Skala pengukuran	28
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.7.1 Uji Validitas	28
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Deskriptif	31
3.8.2 Teknik Analisis Linier Berganda	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.9 Pengujian Hipotesis.....	37
3.9.1 Uji t (Parsial).....	37
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Shopee	39
4.1.1 Sejarah dan Profil Usaha Shopee	39
4.1.2 Visi dan Misi Shopee	40

4.1.3 Sasaran	41
4.1.4 Karakteristik Shopee	41
4.1.5 Nilai-Nilai Shopee.....	42
4.2 Analisis Data	43
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Deskriptif Data Penelitian	45
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	48
4.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda	52
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	53
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif.....	55
4.3.1 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	58
Daftar Pustaka	60