

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Pembatasan Masalah	14
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Kerangka Teoritis	17
2.1.1 Pembelian Impulsif	17
2.1.2 Kualitas Situs (Website)	23
2.1.3 Promosi Penjualan	29
2.2 Penelitian Relevan	33
2.3 Kerangka Berpikir	37
2.4 Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.3.1 Variabel Penelitian.....	42
3.3.2 Definisi Operasional	42
3.4 Sumber Data	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Realiabilitas	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.2 Regresi Linear Berganda	50
3.8 Uji Hipotesis.....	51
3.8.1 Uji F (Simultan).....	51
3.8.2 Uji t (Parsial).....	52
3.8.3 Koefisien Determinasi (R Square).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee	54

4.1.2 Visi, Motto, dan Tujuan Shopee	55
4.2 Deskripsi Responden	56
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2. Deskripsi responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	57
4.2.4 Deskripsi responden Berdasarkan Stambuk	58
4.3 Teknik Analisis Data dan Pembahasan	59
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket	59
4.3.1.1 Variabel Kualitas Website (X1).....	59
4.3.1.2 Variabel Promosi Penjualan (X2)	60
4.3.1.3 Variabel Pembelian Impulsif (Y).....	62
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.4.1 Variabel Kualitas Website (X1).....	63
4.4.2 Promosi Penjualan (X2).....	66
4.4.3 Pembelian Impulsif (Y)	68
4.5 Transformasi Data Ordinal ke Interval.....	70
4.6 Uji Asumsi Klasik	70
4.6.1 Uji Normalitas Data.....	70
4.6.3 Uji Heterokedastistas	72
4.6.2 Uji Multikolinieritas.....	74
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.8 Uji Hipotesis.....	77
4.8.1 Uji F (Simultan).....	77

4.8.2 Uji t (Parsial).....	78
4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	80
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.9.1 Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Online di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi.....	81
4.9.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Online di Shopee Pada Mahasiswa Fakltas Ekonomi.....	82
4.9.3 Pengaruh Kualitas Website dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Online di Shopee Pada Mahasiswa Fakltas Ekonomi ...	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88

