

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Pemasaran	11
2.2 Perilaku Konsumen	12
2.3 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	13
2.4 <i>Belanja Online</i>	16
2.5 <i>Impulse Buying</i>	17
2.6 Faktor Internal <i>Impulse Buying</i>	19
2.7 Faktor Eksternal <i>Impulse Buying</i>	20
2.8 Penelitian Terdahulu.....	22
2.9 Kerangka Pemikiran	23
2.10 Hipotesis Penelitian	24
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sumber Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	26

3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Deskripsi Operasional Variabel	28
3.5.1 Variabel Dependen	28
3.5.2 Variabel Independen	29
3.6 Alat dan Prosedur Pengumpulan Data	30
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reabilitas	31
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Analisis Kualitatif	32
3.8.2 Analisis Kuantitatif	32
3.9 Uji Hipotesis	33
3.9.1 Uji t	33
3.9.2 Uji F	33
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	34

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	35
4.2 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas	39
4.2.1 Hasil Uji Validitas	39
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	40
4.3 Hasil Analisis Data Kualitatif	40
4.4 Hasil Analisis Data Kuantitatif	47
4.5 Hasil Uji Hipotesis	48
4.5.1 Hasil Uji t	48
4.5.2 Hasil Uji F	50
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.6 Pembahasan	52

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
5.2.1 Bagi Pemasar Online	55
5.2.2 Bagi Akademisi	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN