

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori Stimulus Organism Response (S-O-R).....	14
2.2. <i>Online Impulsive Buying</i>	17
2.3. <i>Promotion</i>	19
2.4. <i>Comments</i>	21

2.5. <i>Advertisement</i>	22
2.6. <i>Impulsiveness</i>	23
2.7. <i>Income</i>	25
2.8. Hubungan Antar Variabel.....	25
2.8.1. Hubungan Antara <i>Promotion</i> Dengan <i>Online Impulsive Buying</i>	26
2.8.2. Hubungan Antara <i>Comments</i> Dengan <i>Online Impulsive Buying</i>	26
2.8.3. Hubungan Antara <i>Advertisement</i> Dengan <i>Online Impulsive Buying</i>	27
2.8.4. Hubungan Antara <i>Impulsiveness</i> Dengan <i>Online Impulsive Buying</i>	28
2.8.5. Hubungan Antara <i>Income</i> Dengan <i>Online Impulsive Buying</i>	29
2.9. Model Penelitian.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	32
3.2. Metode dan Jenis Penelitian	33
3.3. Unit Analisis.....	33
3.4. Pengukuran Variabel	34
3.5. Definisi Konseptual dan Operasional.....	35
3.6. Skala Pengukuran	36
3.7. Metode Pengumpulan Data	37
3.8. Populasi dan Sampel.....	38
3.8.1. Populasi	39
3.8.2. Sampel	40
3.9. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.10. Teknik Analisis Data	41
3.10.1. Uji Pendahuluan	42
3.10.1.1. Uji Reliabilitas.....	43
3.10.1.2. Uji Validitas.....	43
3.10.2. Uji Deskriptif.....	44
3.10.3. Uji <i>Inferential</i>	44

3.10.3.1. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	44
3.10.3.2. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	45
3.11. Hasil Uji Pendahuluan.....	45
3.11.1. Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan.....	46
3.11.2. Hasil Uji Validitas Pendahuluan	47
3.11.3. Model Penelitian dari Pretest yang Sudah Lolos Uji.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden	52
4.1.1. Jenis Kelamin	53
4.1.2. Usia.....	53
4.1.3. Pekerjaan	54
4.1.4. Pendapatan per bulan.....	55
4.1.5. Frekuensi Pembelian di <i>e-commerce</i> Tokopedia Dalam 3 Bulan Terakhir. 55	
4.2. Statistika Deskriptif.....	56
4.2.1. Statistik Deskriptif <i>Promotion</i>	57
4.2.2. Statistik Deskriptif <i>Comments</i>	58
4.2.3. Statistik Deskriptif <i>Advertisement</i>	59
4.2.4. Statistik Deskriptif <i>Impulsiveness</i>	60
4.2.5. Statistik Deskriptif <i>Income</i>	62
4.2.6. Statistik Deskriptif <i>Online Impulsive Buying</i>	62
4.3. Hasil Uji Statistik <i>Inferential</i>	63
4.3.1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	64
4.3.1.1. Uji Reliabilitas.....	65
4.3.1.2. Uji Validitas.....	66
4.3.2. Hasil Pengujian Multikolinearitas	70
4.3.3. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.3.3.1. R-square.....	72
4.3.3.2. <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	73

4.3.3.3. Uji Hipotesis.....	74
4.4. Pembahasan Uji Hipotesis.....	77
4.4.1. Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Online Impulsive Buying</i>	77
4.4.2. Pengaruh <i>Comments</i> Terhadap <i>Online Impulsive Buying</i>	78
4.4.3. Pengaruh <i>Advertisement</i> Terhadap <i>Online Impulsive Buying</i>	79
4.4.4. Pengaruh <i>Impulsiveness</i> Terhadap <i>Online Impulsive Buying</i>	79
4.4.5. Pengaruh <i>Income</i> Terhadap <i>Online Impulsive Buying</i>	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

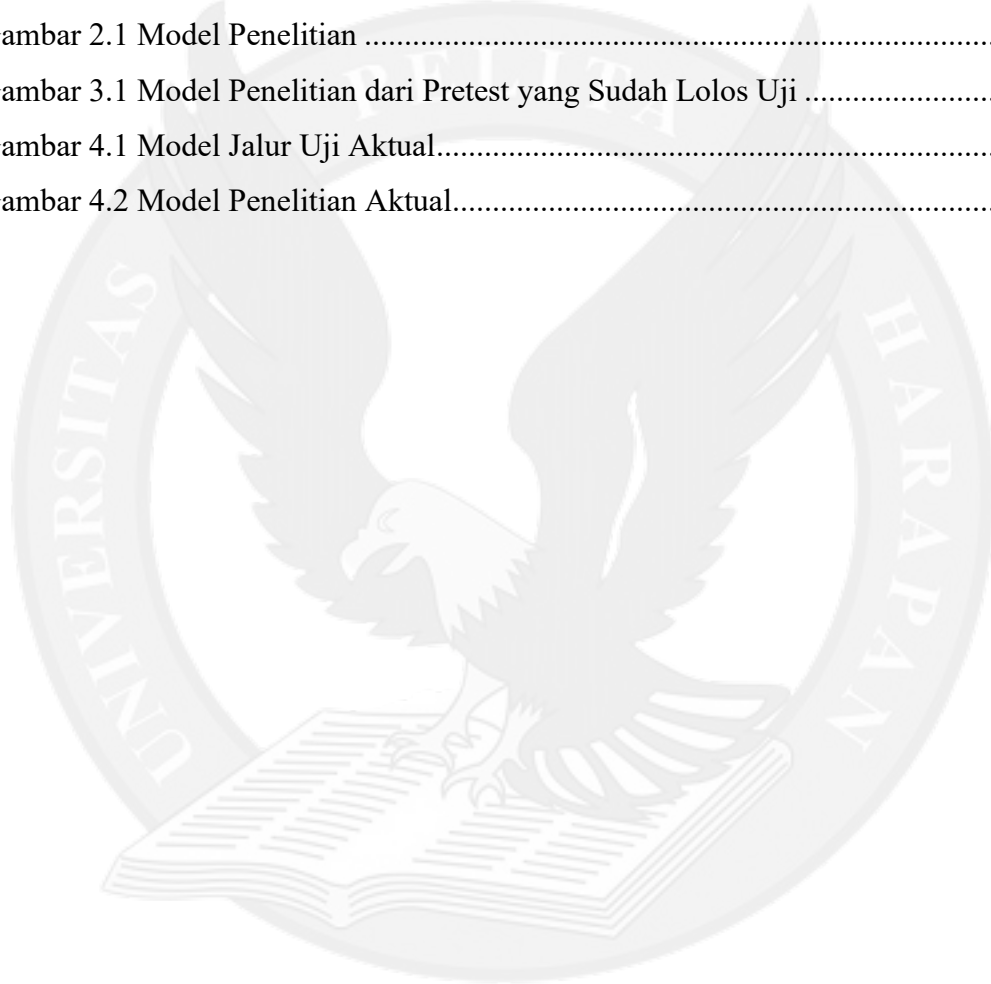
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Implikasi Manajerial.....	83
5.3. Implikasi Teoritis.....	85
5.4. Keterbatasan Penelitian	86
5.5. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	87

DAFTAR PUSTAKA	88
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	94
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Transaksi <i>E-commerce</i> 2021	3
Gambar 1.2 Rata-rata Kunjungan Web Bulanan Tokopedia	4
Gambar 1.3 Komposisi Penduduk Menurut Generasi Tahun 2020	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Model Penelitian dari Pretest yang Sudah Lolos Uji	51
Gambar 4.1 Model Jalur Uji Aktual.....	65
Gambar 4.2 Model Penelitian Aktual.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	35
Tabel 3.2 <i>Cronbach's Alpha & Composite Reliability</i>	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Outer Loadings</i>	47
Tabel 3.4 <i>Average Variance Extracted</i>	48
Tabel 3.5 <i>Discriminant Validity</i>	49
Tabel 3.6 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	55
Tabel 4.5 Frekuensi Pembelian di <i>e-commerce</i> Tokopedia dalam 3 bulan terakhir	56
Tabel 4.6 Interval Skala	57
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Promotion</i>	57
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Comments</i>	58
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Advertisement</i>	59
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Impulsiveness</i>	61
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Income</i>	62
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif <i>Online Impulsive Buying</i>	63
Tabel 4.13 <i>Cronbach's Alpha & Composite Reliability</i> Aktual	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Outer Loadings</i> Aktual	67
Tabel 4.15 <i>Average Variance Extracted</i> Aktual	68
Tabel 4.16 <i>Discriminant Validity</i> Aktual	69
Tabel 4.17 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> Aktual.....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70

Tabel 4.19 Nilai R-square.....	73
Tabel 4.20 Nilai Q2.....	74
Tabel 4.21 Tabel Uji Hipotesis <i>Path Coefficients</i>	75
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	85

