

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan Penguji.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Motto.....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstrack .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	13
G. Penegasan Istilah .....	14
H. Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II    LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
A. Perilaku Konsumen .....	19
B. <i>Impulse Buying</i> .....	21
C. <i>Viral Marketing</i> .....	25
D. Diskon .....	31
E. Program Gratis Ongkos Kirim .....	35
F. <i>E-commerce</i> .....	38
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	39
H. Kerangka Konseptual .....	41
I. Hipotesis Penelitian.....	42
<b>BAB III   METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	45
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	46
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	48
E. Uji Coba Instrumen Penelitian .....	51
F. Teknik Analisis Data.....	52

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
	B. Karakteristik Responden .....	64
	C. Deskripsi Variabel.....	65
	D. Hasil Pengujian dan Analisis Data .....	68
	1. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	68
	a. Uji Validitas .....	68
	b. Uji Reliabilitas .....	70
	2. Uji Multikolinearitas .....	70
	3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
	4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73
	5. Uji F (Simultan) .....	74
	6. Uji T (Parsial).....	74
	7. Uji Asumsi Klasik .....	76
	a. Uji Heteroskedastisitas.....	76
	b. Uji Autokorelasi.....	77
	c. Uji Normalitas.....	77
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>79</b>
	A. Pengaruh <i>Viral Maketing</i> , Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i> Melalui <i>E-Commerce</i> Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	79
	B. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Melalui <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	82
	C. Pengaruh Diskon Terhadap <i>Impulse Buying</i> Melalui <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	85
	D. Pengaruh Program Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i> Melalui <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung .....	87
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
	A. Kesimpulan .....	91
	B. Saran.....	92
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>