

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Perilaku Konsumen.....	16
B. Konsep E-Commerce	21
C. Cashback	25
D. Diskon	29
E. Pembelian Impulsif	34

F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	38
G. Kerangka Konseptual.....	44
H. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	51
C. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53
D. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
B. Deskripsi Responden.....	67
C. Deskripsi Variabel.....	70
D. Uji Validitas dan Reliabilitas	75
E. Uji Asumsi Klasik.....	78
F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	82
G. Uji Hipotesis.....	85
H. Analisis Koefien Determinasi (R^2).....	88
BAB V PEMBAHASAN	89
A. Pengaruh Program <i>Cashback</i> dan Diskon Shopee Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada <i>Customer</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun Angkatan 2021)	89
B. Pengaruh Program <i>Cashback</i> Shopee Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada <i>Customer</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun Angkatan 2021)	90
C. Pengaruh Diskon Shopee Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada <i>Customer</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun Angkatan 2021).....	93
BAB VI PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pilihan Jawaban.....	52
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden berdasarkan Program Studi.....	69
Tabel 4. 4 Variabel Program Cashback.....	70
Tabel 4. 5 Variabel Diskon (X2).....	71
Tabel 4. 6 Variabel Keputusan Pembelian Impulsif (Y).....	73
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Program Cashback.....	75
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Impulsif	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Program Cashback.....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Diskon.....	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Impulsif.....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Residual	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Glejser.....	81
Tabel 4. 17 Hasil Uji Autokorelasi	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	85
Tabel 4. 20 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4. 21 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia.....	3
Gambar 4. 1 Kerangka Konseptual	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelittian
- Lampiran 2 : Tabulasi Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Uji Koefisien Determinasi R^2
- Lampiran 9 : Kartu Kendali Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10 : Dokumentasi
- Lampiran 11 : Biodata Penulis