

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian	15
G. Jadwal Penelitian.....	17
H. Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
A. Konsep dan Teori	20

1. Manajemen.....	20
2. Manajemen Pemasaran.....	27
3. <i>Stimulus Organism Respons Theory</i>	34
4. Fitur Shopee <i>PayLater</i>	35
5. Diskon	41
6. <i>Live Streaming</i> Shopee.....	45
7. <i>Impulsive Buying</i>	49
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	53
C. Kerangka Berpikir.....	60
D. Hipotesis.....	66
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	69
A. Metode dan Pendekatan Penelitian	69
B. Jenis dan Sumber Data.....	70
1. Jenis Data	70
2. Sumber Data.....	70
C. Populasi dan Sampel	71
1. Populasi	71
2. Sampel.....	72
D. Operasional Variable Penelitian	74
1. Variable Penelitian	74
2. Operasionalisasi Variable	75
E. Teknik Pengumpulan Data	77

1. Studi Pustaka.....	78
2. Kuesioner	78
3. Dokumentasi	80
F. Teknik Analisis Data	80
1. Analisis Statistik Deskriptif	81
2. Uji Instrumen Data.....	81
3. Uji Asumsi Klasik	83
4. Analisis Regresi Linier Berganda	85
5. Uji Hipotesis	85
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	88
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	89
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	89
1. Profil Perusahaan	89
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	91
3. Logo Perusahaan	91
4. Fitur pada Shopee.....	92
B. Analisis Data	94
1. Analisis Statistik Deskriptif	94
2. Uji Instrumen Data.....	122
3. Uji Asumsi Klasik	128
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	132
5. Uji Hipotesis	134

6. Uji Koefisien Determinasi (R2)	139
C. Pembahasan Hasil Penelitian	140
BAB V PENUTUP	153
A. Kesimpulan	153
B. Keterbatasan Penelitian	154
C. Saran	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	163

