

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Jadwal Penelitian.....	10
H. Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Konsep dan Teori.....	10
1. Konsep	10
a. Konsep Live Streaming E-Commerce.....	10
b. Live Streaming E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	11
c. Konsep Flash Sale	15
d. Flash sale Dalam Perspektif Ekonomi Syariah	16
e. Konsep Gratis Ongkir.....	21
f. Gratis Ongkir dalam Perspektif Ekonomi Syariah	22
g. Konsep Pembelian Impulsif.....	26
h. Pembelian Impulsif dalam Perspektif Ekonomi Syariah	26
2. Teori	30
a. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response).....	30

b. Teori Perilaku Konsumen.....	31
c. Perilaku Konsumen Syariah	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel dan Teknik Pengumpulan.....	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	43
D. Data dan Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Variabel Penelitian.....	45
G. Definisi Operasional.....	46
H. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	49
a. Uji Validitas	49
b. Uji Reliabilitas	50
2. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Analisis Regresi Linear Berganda	51
4. Uji Signifikansi	52
a. Uji T (Parsial)	52
b. Uji F (Simultan)	53
c. Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	54
B. Analisis Deskriptif Statistik.....	55

1. Karakteristik Responden	55
2. Analisis Deskripsi Responden Variabel <i>Live Streaming E-Commerce</i>	59
3. Analisis Deskripsi Responden Variabel <i>Flash sale</i>	60
4. Analisis Deskripsi Responden Variabel Gratis Ongkir	60
5. Analisis Deskripsi Responden Variabel Pembelian Impulsif	61
C. Pengujian dan Hasil Analisis	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Realibilitas	63
3. Uji Normalitas	63
4. Uji Multikolinearitas	65
5. Uji Heteroskedastisitas	66
6. Analisis Regresi Linear Berganda	67
7. Uji T (Parsial)	68
8. Uji F (Simultan)	69
9. Koefisien Determinasi (R^2)	70
D. Pembahasan	71
1. Pengaruh <i>Live Streaming E-Commerce</i> terhadap Pembelian Impulsif	71
a. Pengaruh <i>Live Streaming E-Commerce</i> terhadap Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah	503
2. Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung	78
a. Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah	80
3. Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung	83
a. Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah	86
4. Pengaruh <i>Live Streaming E-Commerce</i> , <i>Flash sale</i> , dan Gratis Ongkir terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung	89
a. Pengaruh <i>Live Streaming E-Commerce</i> , <i>Flash Sale</i> , dan Gratis Ongkir terhadap Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah .	91

BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan Penelitian	97
C. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	108

