

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Penelitian Terdahulu	11
B. Konsep dan Teori	16
1. Manajemen	16
a. Pengertian Manajemen.....	16
b. Fungsi-Fungsi Manajemen	16
2. Manajemen Pemasaran.....	18
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
b. Pengertian Pemasaran	18
c. Tujuan Pemasaran	19
3. <i>Advertising</i>	19
a. Pengertian <i>Advertising</i>	19
b. Tujuan <i>Advertising</i>	20
4. <i>Sales Promotion</i>	21

a. Pengertian <i>Sales Promotion</i>	21
b. Tujuan <i>Sales Promotion</i>	22
c. Alat-alat <i>Sales Promotion</i>	22
5. <i>Impulse Buying</i>	24
a. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	24
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	25
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Metode dan Pendekatan	32
B. Jenis dan Sumber Data	32
C. Populasi dan Sampel.....	33
1. Populasi	33
2. Sampel	34
D. Operasionalisasi Variabel	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Metode Kuesioner (Angket).....	41
2. Kepustakaan (<i>Bibliography</i>)	42
F. Teknik Analisis Data	43
1. Analisis Statistik Deskriptif	44
2. Uji Validitas	44
3. Uji Reliabilitas	45
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	45
5. Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
a. Sejarah Berdirinya Shopee	50
b. Visi, Misi, dan Tujuan.....	51
c. Manajemen dan Organisasi.....	51
d. Produk-produk Pemasaran.....	54
2. Profil Responden	56

a. Jenis Kelamin Responden.....	56
b. Kelas Responden	57
c. Angkatan Responden	58
3. Tanggapan Responden	58
a. Tanggapan Responden mengenai <i>Advertising</i>	58
b. Tanggapan Responden mengenai <i>Sales Promotion</i>	61
c. Tanggapan Responden mengenai <i>Impulse Buying</i>	65
4. Deskripsi Hasil Analisis Statistik Deskriptif	67
a. Analisis Statistik Deskriptif <i>Advertising</i>	67
b. Analisis Statistik Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	69
c. Analisis Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i>	71
5. Deskripsi Hasil Uji Validitas	72
a. <i>Advertising</i>	73
b. <i>Sales Promotion</i>	74
c. <i>Impulse Buying</i>	75
6. Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas	75
a. <i>Advertising</i>	76
b. <i>Sales Promotion</i>	76
c. <i>Impulse Buying</i>	77
7. Deskripsi Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	77
8. Deskripsi Hasil Uji Hipotesis.....	79
a. Uji-t	79
b. Uji-f.....	81
c. Uji Koefisien Determinasi	82
B. Pembahasan.....	83
1. Analisis Pengaruh <i>Advertising</i> terhadap Keputusan <i>Impulse Buying</i> di Aplikasi Shopee	83
2. Analisis Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan <i>Impulse Buying</i> di Aplikasi Shopee	86
3. Analisis Pengaruh <i>Advertising</i> dan <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan <i>Impulse Buying</i> di Aplikasi Shopee	88
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	97