

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN PENULIS	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian.....	19
D. Kegunaan Hasil Penelitian.....	20
E. Kerangka Pemikiran	21
F. Hipotesis Penelitian	29
G. Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	37
A. <i>Lifestyle</i>	37
B. <i>Fashion Involvement</i>	48
C. Promosi <i>Flash Sale</i>	58
D. <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	70
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	82
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	82
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian	83
C. Teknik Pengumpulan Data	84
D. Populasi dan Sampel.....	87
E. Definisi Operasionalisasi Variabel	89

F. Analisis dan Teknik Pemeriksa Uji Keabsahan Data	92
G. Tempat dan Waktu Penelitian	102
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	103
A. Hasil Penelitian.....	103
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	103
2. Deskripsi Hasil Penelitian	110
3. Hasil Pengujian Instrumen	135
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	150
BAB V PENUTUP	158
A. Kesimpulan.....	158
B. Saran dan Rekomendasi.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....	161
LAMPIRAN.....	168



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Yang Sering Dibeli d E-Commerce dan Toko Fisik.....	5
Tabel 1.2 Produk Terlaris di Shopee Pada Tahun 2022.....	7
Tabel 1.3 Merek Fashion Muslim Yang Terkenal pada Marketplace Shopee	8
Tabel 1.4 Daftar Marketplace Yang digunakan Masyarakat Kecamatan Pacet Untuk Belanja Online	17
Tabel 1.5 Produk Yang Sering Dibeli Pada Marketplace Shopee	18
Tabel 1.6 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	86
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	89
Tabel 3.5 Waktu Penelitian.....	102
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	112
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	113
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	113
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	114
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan	115
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan lamanya Punya Akun Shopee	115
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Domisili	116
Tabel 4.8 Rentang Skala.....	117
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel <i>Lifestyle</i>	118
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel <i>Fashion Involvement</i>	122
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Variabel Promosi <i>Flash Sale</i>	126
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Variabel <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	129
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	138
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	139
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel <i>Fashion Involvement</i>	139
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Promosi <i>Flash Sale</i>	140
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas	141
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	142
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	143

Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	144
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	145
Tabel 4.22 Hasil Uji t Parsial	148
Tabel 4.23 Hasil Uji F Simultan	150
Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	151



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Pengunjung e-commerce periode 3 bulan terakhir (oktobr, November, desember) tahun 2022	3
Gambar 1.2 Platform Marketplace Pilihan Masyarakat Indonesia Tahun 2022	4
Gambar 1.3 Perilaku Pembelian Penduduk Kecamatan Pacet	18
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo Shopee Indonesia	105
Gambar 4.2 Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store	105
Gambar 4.3 Halaman Awal Shopee.....	106
Gambar 4.4 Tampilan Fitur Gratis Ongkir	108
Gambar 4.5 Tampilan Fitur Cashback dan Voucher Shopee.....	109
Gambar 4.6 Tampilan Fitur COD.....	110
Gambar 4.7 Tampilan Fitur Shopeepay.....	110
Gambar 4.8 Tampilan Fitur Games Shopee	111
Gambar 4.9 Ilustrasi Skema Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Lifestyle, Fashion Involvement</i> , dan Promosi <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> Produk <i>Fashion Muslim</i> Pada <i>Marketplace</i> Shopee Di Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung	158