

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
B. Konsep dan Teori.....	19
C. Kerangka Berfikir.....	46
D. Hipotesis .....	48

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Metode dan Pendekatan .....	50
B. Jenis dan Sumber Data .....	51
C. Populasi dan Sampel .....	52
C. Variabel Penelitian .....	55
D. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Jadwal dan Tempat Penelitian .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	73
B. Visi dan Misi .....	74
C. Logo .....	74
D. Hasil Penyebaran Kuesioner .....	75
E. Hasil Analisis Deskriptif .....	80
F. Hasil Analisis Data .....	95
G. Pembahasan .....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>124</b>
A. KESIMPULAN .....	124
B. SARAN .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Oprasional Variabel.....	57
Tabel 3.4 Penilaian Skala Likert's .....	61
Tabel 4.1 Tanggapan Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	81
Tabel 4.2 Tanggapan Variabel <i>Motivation Hedonic Shopping</i> .....	87
Tabel 4.3 Tanggapan Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	91
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X1.....	95
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X2.....	96
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Y .....	97
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel X1 .....	98
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel X2 .....	98
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Y .....	98
Tabel 4.10 Output Regresi Linear Berganda.....	99
Tabel 4.11 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	101
Tabel 4.12 Matriks Korelasi .....	102
Tabel 4.13 Uji ANNOVA .....	110
Tabel 4.14 Model Summary.....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-Commerce dengan penunjang terbanyak di indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data survey Populix Perilaku belanja masyarakat RI.....	5
Gambar 1.3 Alasan utama pembelian impulsif Gen Z 2023 .....	8
Gambar 1.3 Karakteristik perilaku belanja pengunjung mall di Bandung...10	
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	47
Gambar 4.1 Logo <i>Marketplace</i> Shopee.....	75
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	76
Gambar 4.3 Usia Responden .....	77
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden .....	78
Gambar 4.5 Penghasilan/Uang Saku Responden .....	79
Gambar 4.6 Intensitas Pemeblian Responden di Shopee .....	79
Gambar 4.7 Garis Kontinium Variabel X1 .....	86
Gambar 4.8 Garis Kontinium Variabel X2.....	90
Gambar 4.9 Garis Kontinium Variabel Y .....	94
Gambar 4.10 Kurva Uji t X1.....	106
Gambar 4.11 Kurva Uji t X2.....	109
Gambar 4.13 Kurva Uji F .....	113