

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 16 |
| C. Tujuan Penelitian | 16 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 17 |
| BAB II | 18 |
| KERANGKA TEORI | 18 |
| A. Landasan Teori..... | 18 |
| 1. Perilaku Konsumen | 18 |
| 2. <i>Impulse Buying</i> | 25 |
| 3. <i>Shopping Lifestyle</i> | 34 |
| B. Penelitian Terdahulu | 51 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 54 |
| D. Hipotesis..... | 56 |

| | |
|--|----|
| BAB III | 58 |
| METODE PENELITIAN | 58 |
| A. Metode Penelitian..... | 58 |
| B. Operasional Variabel..... | 58 |
| 1. Populasi | 62 |
| 2. Sampel | 62 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 64 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 65 |
| F. Uji Persyaratan Analisis..... | 68 |
| 1. Uji Asumsi Dasar | 68 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 68 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 69 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif..... | 70 |
| 2. Uji Regresi Linear Sederhana..... | 70 |
| 3. Analisis Regresi Linear Berganda | 71 |
| 4. Uji Hipotesis..... | 71 |
| H. Tempat dan Jadwal Penelitian..... | 73 |
| 1. Tempat Penelitian..... | 73 |
| 2. Jadwal Penelitian | 74 |
| BAB IV | 75 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 75 |
| A. Profil Lokasi Penelitian..... | 75 |
| 1. Sejarah Singkat Shopee | 75 |
| 2. Visi & Misi Shopee | 76 |
| 3. Fitur-fitur Shopee | 76 |

| | |
|---|-----|
| 4. Shopee <i>Mall</i> | 78 |
| B. Data Karakteristik Responden..... | 79 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Mahasiswa | 79 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 79 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa..... | 80 |
| C. Hasil Penelitian | 81 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif..... | 81 |
| 2. Uji Validitas Instrumen dan Reliabilitas | 82 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 86 |
| 4. Uji Hepotesis 1-3..... | 89 |
| 5. Uji Hipotesis 4..... | 98 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 102 |
| 1. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> | 102 |
| 2. Pengaruh Diskon terhadap <i>Impulse Buying</i> | 105 |
| 3. Pengaruh Religiusitas terhadap <i>Impulse Buying</i> | 107 |
| 4. Pengaruh <i>shopping lifestyle</i> , diskon dan religiusitas terhadap <i>impulse buying</i> | 109 |
| BAB V | 112 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 112 |
| A. Simpulan | 112 |
| B. Saran..... | 113 |
| DAFTAR PUSTAKA | 115 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 125 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 52 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel Shopping Lifestyle (X1). | 59 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel Diskon (X2) | 60 |
| Tabel 3.3 Operasional Religiusitas (X3)..... | 61 |
| Tabel 3.4 Operasional Variabel Impluse Buying (Y) | 62 |
| Tabel 3.5 Jumlah Mahasiswa Angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023..... | 62 |
| Tabel 3.6 Jumlah Sampel | 64 |
| Tabel 3.7 Kisi-Kisi Instrumen..... | 66 |
| Tabel 3.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi | 73 |
| Tabel 3.9 Waktu Penelitian | 74 |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Umur Mahasiswa | 79 |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Mahasiswa | 80 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa..... | 80 |
| Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif | 81 |
| Tabel 4.5 Rekapitulasi Perhitungan Validitas Variabel Shopping Lifestyle..... | 83 |
| Tabel 4.6 Rekapitulasi Perhitungan Validitas Variabel Diskon..... | 84 |
| Tabel 4.7 Rekapitulasi Perhitungan Validitas Variabel Religiusitas | 84 |
| Tabel 4.8 Rekapitulasi Perhitungan Validitas Variabel Impulse Buying | 85 |
| Tabel 4.9 Rekapitulasi Perhitungan Realibilitas | 85 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas | 86 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas | 87 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 4.12 Hasil Uji Glajser | 88 |
| Tabel 4.13 Analisis Korelasi Shopping Lifestyle dengan Impulse Buying | 89 |
| Tabel 4.14 Analisis Korelasi Diskon dengan Impulse Buying | 90 |
| Tabel 4.15 Analisis Korelasi Religiusitas dengan Impulse Buying | 90 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Shopping Lifestyle | 91 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Diskon | 92 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Religiusitas | 93 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying | 94 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Diskon terhadap Impulse Buying ... | 94 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Religiusitas terhadap Impulse Buying | 95 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji F | 96 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji F | 96 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Korelasi Berganda Shopping Lifestyle, Diskon, Religiusitas terhadap Impulse Buying | 99 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 99 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi Shopping Lifestyle, Diskon, Religiusitas terhadap Impulse Buying | 101 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji F | 102 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia... | 3 |
| Gambar 1.2 Indikator Yang Memicu Mahasiswa Melakukan Pembelian Impulse Buying..... | 13 |
| Gambar 1.3 Faktor pemicu mahasiswa melakukan impulse buying..... | 14 |
| Gambar 1.4 Mahasiswa Percaya bahwa Impulse Buying Bertentangan dengan Ajaran Agama. | 14 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 56 |
| Gambar 3.1 Logo Shopee..... | 76 |
| Gambar 3.2 Tampilan Fitur Gratis Ongkir..... | 76 |
| Gambar 3.3 Fitur Supermarket Shopee..... | 77 |
| Gambar 3.4 Fitur Shopee Mall..... | 78 |