

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KERANGKA TEORITIS	14
A. Tinjauan Pustaka	14
1. Promosi.....	14
2. Harga	22
3. <i>Self Control</i>	30
4. Pembelian Impulsif.....	39
B. Penelitian Terdahulu.....	45
C. Kerangka Pemikiran.....	51
D. Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	57
A. Metode Penelitian.....	57
B. Operasional Variabel	57
C. Populasi dan Sampel	64
1. Populasi	64
2. Sampel	65
D. Teknik Pengumpulan Data	66

E. Instrumen Penelitian.....	67
F. Teknik Analisis Data	72
1. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	72
2. Uji Hipotesis.....	74
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	75
1. Tempat Penelitian	75
2. Jadwal Penelitian	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Profil Objek Penelitian.....	76
1. Profil dan Sejarah Shopee	76
2. Logo Shopee.....	77
3. Visi & Misi Perusahaan	77
4. Program Promosi di Aplikasi Shopee.....	77
B. Deskripsi Data Responden	80
1. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	80
2. Deskripsi Berdasarkan Usia	81
3. Deskripsi Berdasarkan Alamat	82
C. Hasil Penelitian	83
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	83
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	91
3. Uji Hipotesis.....	94
D. Pembahasan Hasil Penelitian	97
BAB V PENUTUP.....	109
A. Simpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel Promosi (X1)	59
Tabel 3.2 Operasional Variabel Harga (X2)	60
Tabel 3.3 Operasional Variabel Pembelian Impulsif (Y)	61
Tabel 3.4 Operasional Variabel <i>Self Control</i> (Z)	63
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen	68
Tabel 3.6 Skor Jawaban.....	71
Tabel 3.7 Skor Jawaban Variabel Y.....	71
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan usia	81
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Alamat	82
Tabel 4.4 Nilai <i>Loading Factor</i>	84
Tabel 4.5 Nilai <i>Loading Factor</i> Setelah Eliminasi.....	86
Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	87
Tabel 4.7 Fornell Larcker Criterion	88
Tabel 4.8 Nilai Cross Loading	89
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4.10 Uji <i>R Square</i>	91
Tabel 4.11 Uji <i>F Square</i>	92
Tabel 4.12 Hasil <i>Path Coefficient</i>	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023	2
Gambar 1.2 Pembelian Impulsif pada Pengguna Shopee	7
Gambar 1.3 Faktor-faktor Pembelian Impulsif pada Pengguna Shopee	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Logo Shopee	77
Gambar 4.2 Promo Shopee	78
Gambar 4.3 <i>Flash sale</i> Shopee	78
Gambar 4.4 Diskon Promo Toko	79
Gambar 4.5 Paket Diskon	79
Gambar 4.6 Gratis Ongkir Shopee	80
Gambar 4.7 Hasil Output Model Penelitian SEM PLS	93
Gambar 4.8 Output Uji <i>Bootstrapping</i>	95