

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	13
3. <i>Shopping Lifestyle</i>	17
4. <i>Price Discount</i>	22
5. <i>Impulsive Buying</i>	27
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Berfikir	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan	39
B. Setting Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Identifikasi Variabel	41
F. Variabel Operasional	42
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. <i>Social E-Commerce</i> TikTok Shop.....	50
2. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah	50
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	51
1. Deskripsi Identitas Responden	51
2. Deskripsi Data Penelitian	54
C. Uji Instrumen Penelitian	71
1. Uji Validitas.....	71
2. Uji Reliabilitas.....	73
D. Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Multikolinieritas	77
3. Uji Heterokedastisitas	77
E. Uji Hipotesis	78
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
2. Uji T (Parsial)	80
3. Uji F (Simultan).....	82
4. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	82
F. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Keputusan Impulsive Buying	4
Tabel 1. 2	Data Mengenai Alasan Berbelanja di TikTok Shop.....	4
Tabel 3. 1	Variabel Operasional	48
Tabel 4. 1	Tahun Angkatan 2019-2022	51
Tabel 4. 2	Usia Responden	51
Tabel 4. 3	Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4. 4	Angkatan Responden	52
Tabel 4. 5	Lama Penggunaan TikTok Shop Responden	53
Tabel 4. 6	Intensitas Belanja Responden	53
Tabel 4. 7	Jenis Produk Yang Dibeli Responden.....	54
Tabel 4. 8	Hasil Jawaban Responden Variabel Hedonic Shopping Motivation.....	54
Tabel 4. 9	Hasil Jawaban Responden Variabel Shopping Lifestyle.....	59
Tabel 4. 10	Hasil Jawaban Responden Variabel Price Discount	62
Tabel 4. 11	Hasil Jawaban Responden Variabel Impulsive Buying	66
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian Uji Validitas Hedonic Shopping Motivation (X1).....	71
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian Uji Validitas Shopping Lifestyle (X2)	72
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian Uji Validitas Price Discount (X3)	72
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian Uji Validitas Impulsive Buying (Y)	73
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Hedonic Shopping Motivation.....	73
Tabel 4. 17	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Shopping Lifestyle.....	74
Tabel 4. 18	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Price Discount	74
Tabel 4. 19	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Impulsive Buying	74
Tabel 4. 20	Uji Normalitas Metode Kolmogrov Smirnov ..	76

Tabel 4. 21 Uji Multikolinieritas..... 77
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 79
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Uji T..... 80
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Uji F..... 82
Tabel 4. 25 Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi) **83**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... 36
Gambar 4. 1 Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot 75
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Histogram 76
Gambar 4. 3 Uji Heterokedatisitas Scatterplot 78

