

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori <i>Stimulus, Organisme dan Respon</i>	11
B. Deskripsi Variabel	12
C. Penelitian Terdahulu	25
D. Kerangka Berfikir	28
E. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sumber Penelitian	35
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	36
C. Metode Pengumpulan Data	38
D. Variabel Penelitian	38
E. Definisi Operasional	39
F. Instrumen	43
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
H. Metode Analisis Data	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif	50
1. Gambaran Objek	50
2. Karakteristik Responden	57
3. Tangapan Responden	60
B. Uji Instrumen dan Penelitian	68
1. Uji Validitas	68

2. Uji Reliabilitas.....	69
C. Uji Hipotesis.....	71
1. Analisis <i>Goodness of fit</i>	72
2. Uji Normalitas Data.....	74
3. Analisis Langsung atau Tidak Langsung.....	76
D. Hasil Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	82
B. Keterbatasan	82
C. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.2 Tabel skala likert	43
Tabel 3.3 Nilai Hipotesis Goodness Of fit	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Umur	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Penghasilan	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Domisili	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pekerjaan.....	60
Tabel 4.5 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Anchor Characteristic</i>	60
Tabel 4.6 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Online Comment</i>	62
Tabel 4.7 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Logistic Service Quality</i>	63
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Promotion incentive information</i>	64
Tabel 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Promotion Time Limit</i>	65
Tabel 4.10 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Perceived Value</i>	66
Tabel 4.11 Deskripsi Tanggapan Responden <i>Impulsif Buying Behavior</i>	67
Tabel 4.12 Hasil Faktor Analisis Uji Validitas.....	68
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Instrument	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrument	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Kelayakan SEM	73
Tabel 4.16 Normalitas Data.....	74
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis <i>Regression Weights</i>	75
Tabel 4.18 Analisis Efek Langsung, tidak langsung dan total	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tabel Grafik pengunjung e-commerce 2022	3
Gambar 2.1 kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1 Hasil Pengujian SEM.....	72
Gambar 4.2 Hasil Pengujian setelah di modifikasi.....	72

