

DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	23
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	23
1.3 Maksuf dan Tujuan Penelitian.....	25
1.3.1 Maksud Penelitian.....	25
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	25
1.4 Manfaat Penelitian .....	26
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 28	
2.1 Kajian Pustaka.....	28
2.1.1 Konsumsi Hedonis .....	28
2.1.2 Emosi Positif.....	32
2.1.3 Pembelian Impulsif .....	35
2.2 Penelitian Terdahulu.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
2.3.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	47
2.4 Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	56
3.1 Objek Penelitian .....	56
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.3 Desain Penelitian.....	60

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	60
3.5 Jenis Data, Sumber Data .....	65
3.5.1 Jenis Data .....	65
3.5.2 Sumber Data.....	66
3.6 Teknik Penentuan Data.....	67
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.8 Teknik Pengujian Data .....	71
3.8.1 Uji Outlier .....	72
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	72
3.9 Rancangan Analisis Data.....	73
3.10 Analisis Deskriptif.....	74
3.11 Pengujian Hipotesis.....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	79
4.1.1 Penjelasan Singkat e-Commerce Shopee .....	79
4.1.2 Struktur Organisasi e-Commerce Shopee .....	81
4.2 Pembahasan Penelitian.....	81
4.2.1 Karakteristik Responden.....	82
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	90
4.2.3 Analisis Verifikatif .....	107
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	123
4.2.5 Uji VAF (Variance Accounted For).....	137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	141
5.1 Kesimpulan .....	141
5.2 5.2 Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA .....	146
LAMPIRAN .....	154