

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka	16

2.1.1 Teori Manajemen	16
2.1.2 Kajian Manajemen (Bidang Manajemen Pemasaran).....	20
2.1.3 Kajian Variabel yang diteliti	24
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	38
2.2 Kerangka Pemikiran	40
2.3 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	45
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	46
3.2.1 Definisi Variabel	46
3.2.2 Operasional Variabel.....	47
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	50
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Sumber Data.....	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Analisis Deskriptif	54
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	55
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	53
3.6.1 Tempat Penelitian.....	63
3.6.2 Waktu Penelitian	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Gambaran Umum Desa Cijeungjing	65
4.1.1.1 Profil Desa Cijeungjing.....	65
4.1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Desa Cijeungjing.....	65
4.1.1.3 Tujuan.....	66
4.1.1.4 Struktur Organisasi dan Job Deskripsi Desa Cijeungjing.....	68
4.1.2 Karakteristik Responden	72
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	75
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang Program <i>Cashback</i> Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing...	75
4.1.3.2 Hasil Penelitian Tentang <i>Price Discount</i> Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing...	88
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang <i>Impulse Buying</i> Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing...	100
4.1.4 Pengujian Hipotesis.....	115
4.1.4.1 Pengaruh Program <i>Cashback</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing.....	115
4.1.4.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing.....	123

4.1.4.3 Pengaruh Program <i>Cashback</i> dan <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing.....	130
4.2 Pembahasan	140
4.2.1 Pengaruh Program <i>Cashback</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing.....	140
4.2.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing.....	143
4.2.3 Pengaruh Program <i>Cashback</i> dan <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Pengguna Shopee di Desa Cijeungjing.....	145
BAB V SIMPULAN DAN LAMPIRAN	147
5.1 Simpulan.....	147
5.2 Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN-LAMPIRAN	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survei <i>Impulse Buying</i>	5
Tabel 1.2	Hasil Pra Survei Program <i>Cashback</i>	7
Tabel 1.3	Hasil Pra Survei <i>Price Discount</i>	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	38
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3.2	Data Jumlah Penduduk Desa Cijeungjing.....	49
Tabel 3.3	Distribusi Sampel per Dusun Penduduk Desa Cijeungjing.....	52
Tabel 3.4	Pilihan Jawaban dan Skala Likert.....	54
Tabel 3.5	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi Sederhana.....	56
Tabel 3.6	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi Sederhana.....	59
Tabel 3.7	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi.....	62
Tabel 3.8	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	64
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Nama Dusun.....	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Shopee (3 bulan terakhir).....	75
Tabel 4.6	Kriteria Interpretasi.....	76

Tabel 4.7	Tanggapan Responden atas Pernyataan Besaran <i>Cashback</i> yang diberikan Shopee Menarik Bagi Saya Untuk Berbelanja.....	77
Tabel 4.8	Tanggapan Responden atas Pernyataan <i>Cashback</i> yang Ditawarkan Shopee Memberi Keuntungan Bagi Saya untuk Berbelanja.....	77
Tabel 4.9	Tanggapan Responden atas Pernyataan Adanya <i>Cashback</i> Membuat Saya Lebih Cepat dalam Memutuskan Pembelian.....	78
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Yakin Berbelanja Krena <i>Cashback</i> yang dijanjikan Sesuai Dengan Ketentuan.....	79
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kesesuaian <i>Cashback</i> Membuat Saya Lebih Tertarik Untuk Melakukan Pembelian.....	80
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Nominal Dari <i>Cashback</i> Sesuai Dengan Yang Diiklankan Shopee.....	81
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Untuk Mendapatkan <i>Cashback</i> di Shopee Mudah Sesuai Dengan Ketentuan.....	82
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kecepatan Pencairan <i>Cashback</i> Membuat Saya Percaya Untuk Melakukan Pembelian Kembali.....	83
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Waktu dan Pengembalian Dana Tepat Sesuai Dengan Ketentuan Shopee.....	84

Tabel 4.16	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Ketepatan Waktu Dari Pengembalian Dana Membuat Saya Lebih Tertarik Untuk Berbelanja di Shopee.....	84
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Jawaban Variabel Program <i>Cashback</i>	85
Tabel 4.18	Pedoman Interpretasi tentang Program <i>Cashback</i>	87
Tabel 4.19	Kriteria Interpretasi.....	89
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Besarnya Diskon Yang Diberikan Shopee Membuat Saya Lebih Tertarik Membeli Produk.....	90
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Adanya Diskon yang Diberikan Oleh Shopee Mendorong Saya Untuk Melakukan Pembelian.....	90
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Senantiasa Membeli Sebuah Produk Jika Produk Tersebut Sedang Menawarkan Diskon.....	91
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Shopee Seringkali Memberikan Diskon Pada <i>Event – Event</i> Tertentu Sehingga Saya Tertarik Untuk Melakukan Pembelian.....	92
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Sering Melakukan Pembelian Produk Saat Shopee Mengadakan Promo Diskon.....	93
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Adanya Periode Diskon Mendorong Saya Membeli Tanpa Perencanaan Sebelumnya.....	93

Tabel 4.26	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Akan Melakukan Pembelian Produk Jika Masa Waktu Berakhirnya Diskon Akan Segera Berakhir.....	94
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Shopee Menawarkan Potongan Harga Untuk Berbagai Jenis Produk Sehingga Saya Tertarik Membeli Produk Karena Lebih Hemat.....	95
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Cenderung Membeli Produk Karena Adanya Potongan Harga Pada Produk Tersebut.....	96
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Tertarik Membeli Produk yang Sedang Diskon Karena Merasa Lebih Hemat.....	97
Tabel 4.30	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Jawaban Variabel <i>Price Discount</i>	98
Tabel 4.31	Pedoman Interpretasi Tentang <i>Price Discount</i>	100
Tabel 4.32	Kriteria Interpretasi.....	101
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Tidak Perlu Berfikir Panjang Untuk Membeli Ketika Mendapat Produk yang Menarik Perhatian Saya.....	102
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Melakukan Pembelian di Shopee Tanpa Perencanaan Sebelumnya.....	103
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Melakukan Pembelian di Shopee Tanpa Mempertimbangkan Terlebih Dahulu.....	104

Tabel 4.36	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Membeli Produk Karena Terpengaruh Promosi di Shopee.....	105
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Sering Merasa Ingin Langsung Membeli Ketika Melihat Penawaran Menarik di Shopee.....	106
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Dorongan Kuat Untuk Membeli Produk Saat Melihat Produk Menarik di Shopee.....	106
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perasaan Antusias Saat Melihat Produk di Shopee Mendorong Saya Melakukan Pembelian Secara Mendadak.....	107
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perasaan Tertarik Saat Melihat Produk di Shopee Membuat Saya Ingin Segera Melakukan Pembelian.....	108
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Merasa Senang Setelah Melakukan Pembelian Yang Tidak Direncanakan di Shopee.....	109
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Terkadang Membeli Produk Tanpa Mempertimbangkan Segala Aspek.....	110
Tabel 4.43	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Akan Tetap Membeli Produk yang Saya Anggap Menarik Walaupun Pada Akhirnya Saya Akan Menyesal.....	111

Tabel 4.44	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya Tidak Mempertimbangkan Konsekuensi Setelah Membeli Produk Yang Belum Saya Butuhkan.....	111
Tabel 4.45	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Jawaban <i>Impulse Buying</i>	113
Tabel 4.46	Pedoman Interpretasi Tentang <i>Impulse Buying</i>	115
Tabel 4.47	Tabulasi Data Variabel Program <i>Cashback</i> dan <i>Impulse Buying</i>	116
Tabel 4.48	Tabulasi Data Variabel <i>Price Discount</i> dan <i>Impulse Buying</i>	123
Tabel 4.49	Tabulasi Data Variabel Program <i>Cashback</i> dan <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i>	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia....	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa Cijeungjing.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Bimbingan	158
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian.....	159
Lampiran 3	Balasan Surat Izin Penelitian.....	160
Lampiran 4	Balasan Surat Izin Penelitian Dari Desa.....	161
Lampiran 5	Surat Pengantar Angket	162
Lampiran 6	Hasil Jawaban Responden	169
Lampiran 7	Bukti Sebar Kuesioner Langsung dan Whatsapp	176
Lampiran 8	T-Tabel	177
Lampiran 9	F-Tabel.....	179
Lampiran 10	Hasil Uji Korelasi	180