

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2	Hasil Kuesioner Pra-Survey Tentang Impulse buying Produk Fashion Pada TikTok Shop.....	7
Tabel 2. 1	Penelitian terdahulu yang relevan	39
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3. 2	Jumlah Mahasiswa Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen	48
Tabel 3. 3	Data Jumlah Mahasiswa Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Sebagai Pengguna Tiktok	49
Tabel 3. 4	Jumlah Sampel Mahasiswa Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen.....	51
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	71
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	71
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya lebih tertarik membeli produk di TikTok Shop Ketika potongan harga yang diberikan besar.....	73
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden Mengenai Semakin besar diskon yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan saya melakukan pembelian	74
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya cenderung membeli produk meskipun tidak direncanakan karena diskon yang di tawarkan sangat besar.....	75
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden Mengenai Potongan harga besar membuat saya merasa lebih untung dalam berbelanja	76
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya terdorong membeli produk Ketika diskon hanya berlaku dalam waktu singkat	77
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden Mengenai Diskon dengan durasi terbatas membuat saya mengambil Keputusan	78
Tabel 4. 10	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya lebih tertarik pada promosi yang memiliki batas waktu tertentu dibanding diskon jangka Panjang.....	79
Tabel 4. 11	Tanggapan Responden Mengenai Diskon dengan waktu terbatas menimbulkan rasa takut kehilangan kesempatan (FOMO) sehingga saya segera membeli.....	80

Tabel 4. 12	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya lebih Memilih membeli produk bermerek Ketika ada diskon dibanding produk tanpa merek	81
Tabel 4. 13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya lebih tertarik membeli produk yang sering diberi diskon di TikTok Shop.....	82
Tabel 4. 14	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya cenderung Membeli produk yang tidak saya butuhkan sebelumnya karena adanya diskon pada produk tersebut	83
Tabel 4. 15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya lebih tertarik membeli produk baru jika mendapatkan potongan harga.....	84
Tabel 4. 16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Voucher Diskon.....	86
Tabel 4. 17	Pedoman Interpretasi Variabel Voucher Diskon.....	88
Tabel 4. 18	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya merasa sulit menahan diri untuk tidak membeli Ketika melihat penawaran diskon di TikTok Shop.....	89
Tabel 4. 19	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya terdorong membeli produk meskipun sebelumnya tidak ada rencana berbelanja.....	90
Tabel 4. 20	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya merasa puas Ketika berhasil membeli produk dengan harga diskon	92
Tabel 4. 21	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya merasa senang setelah melakukan pembelian secara spontan di TikTok Shop.....	93
Tabel 4. 22	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya merasa menyesal setelah melakukan pembelian secara spontan.....	94
Tabel 4. 23	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya sering kecewa setelah membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya	95
Tabel 4. 24	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya sering menonton <i>Live Streaming</i> TikTok hanya untuk melihat-lihat produk tanpa rencana membeli	96
Tabel 4. 25	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Saya sering menghabiskan waktu hanya untuk menelusuri produk tetapi tidak berniat membeli	97
Tabel 4. 26	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya menikmati pengalaman berbelanja Ketika melihat penawaran menarik di TikTok Shop	98
Tabel 4. 27	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya merasa belanja di TikTok Shop Adalah aktivitas yang menyenangkan	99

Tabel 4. 28	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya lebih sering membeli produk di TikTok <i>Shop</i> Ketika memiliki waktu luang.....	101
Tabel 4. 29	Tanggapan Responden Mengenai ketersediaan waktu yang banyak membuat saya lebih mudah terdorong untuk berbelanja <i>online</i>	102
Tabel 4. 30	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya tidak ragu mengeluarkan uang untuk membeli produk yang menarik saat <i>Live Streaming</i> TikTok.....	103
Tabel 4. 31	Tanggapan Responden Mengenai Jika memiliki uang lebih saya cenderung membeli produk secara spontan di TikTok <i>Shop</i>	104
Tabel 4. 32	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya sering membeli produk di TikTok <i>Shop</i> tanpa mempertimbangkan kebutuhan.....	105
Tabel 4. 33	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan saya cenderung membeli produk secara spontan hanya karena tertarik pada promosi diskon.....	106
Tabel 4. 34	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>Impulse buying</i>	107
Tabel 4. 35	Pedoman Interpretasi Variabel <i>Impulse buying</i>	110
Tabel 4. 36	Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif.....	111
Tabel 4. 37	Bobot-Bobot Untuk Perhitungan Korelasi Rank Spearman.....	112
Tabel 4. 38	Data Rank Kembar Variabel X.....	113
Tabel 4. 39	Data Rank Kembar Variabel Y.....	114
Tabel 4. 40	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	115
Tabel 4. 41	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Korelasi.....	120