

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENETAPAN PANITIA	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.2 KAJIAN TEORITIK	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.1.1 Unsur unsur Komunikasi Pemasaran	13
2.2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 Model Komunikasi S-O-R.....	19
2.2.3 Impulse Buying.....	21
2.3 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 METODE DAN PENDEKATAN PENELITIAN.....	27

3.2 POPULASI	27
3.3 SAMPEL	28
3.4 TEKNIK SAMPLING	29
3.5 VARIABEL PENELITIAN.....	29
3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	30
3.7 INSTRUMEN PENELITIAN	31
3.7.1 Komunikasi Pemasran	31
3.7.2 Impulst Buying	32
3.8 ANALISIS DATA	32
3.8.1 Analisis Kuantitatif.....	33
3.8.2 Uji Instrumen	34
3.8.2.1 Uji Validitas.....	35
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	36
3.8.3 Teknik Analisis Data	37
3.8.3.1 Uji Prasyarat	37
3.8.3.1.1 Uji Normalis	37
3.8.3.1.2 Uji Linieritas.....	37
3.8.3.2 Pengujian Hipotesis	38
3.8.3.2.1 Analisis Korelasi.....	38
3.8.3.2.2 Analisis Regresi.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	40
4.1 GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	40
4.2 DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	42
4.3 HASIL PENGUJIAN INSTRUMEN	42
4.3.1 Uji Validitas.....	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	44

4.4 PENGOLAHAN DATA HASIL PENELITIAN.....	45
4.4.1 Komunikasi Pemasaran	45
4.4.2 Impuls Buying	53
4.5 PENGUJIAN PRASYARAT ANALISIS	57
4.5.1 Uji Normalitas	57
4.5.2 Uji Linieritas.....	58
4.6 Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Impuls Buying.....	58
4.6.1 Analisis Korelasi.....	58
4.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	60
BAB V PENUTUP	63
5.1 KESIMPULAN	63
5.2 SARAN.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
BIODATA PENULIS	67
LAMPIRAN – LAMPIRAN	68

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Statistik kunjungan aplikasi mobile untuk e-commerce	4
Gambar 1. 2 layanan E-commerce terpopuler.....	5
Gambar 1. 3 Alasan Menyukai E-commerce	6
Gambar 3. 1 Iklan Shopee di Televisi	16
Gambar 3. 2 Iklan Shopee di Sosial Media Facebook	17
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalis Menggunakan aplikasi SPSS 24	58
Gambar 4. 2 Hasil Uji Linieritas	59
Gambar 4. 3 Hasil Uji Korelasi.....	60
Gambar 4. 4 Hasil Uji Regresi Model Summary	61
Gambar 4. 5 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier.....	62

Daftar Tabel

Tabel 4. 1 Uji Validitas	43
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi dimensi kupon	45
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi dimensi potongan harga.....	46
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Dimensi hadiah loyalitas pelanggan	48
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi dimensi garansi produk.....	49
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Dimensi Iklan Televisi	51
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi dimensi iklan di internet	52
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi dimensi unpanned	54
Tabel 4. 9 Distribusi frekuensi dimensi immediate	55
Tabel 4. 10 Distribusi frekuensi dimensi Emotional reaction.....	56
Tabel 4. 11 Distribusi frekuensi dimensi exposure to the stimulus	57
Tabel 4. 12 Pedoman derajat hubungan	60