

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	10
1. Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) .....	10
2. <i>Live</i> Penjualan (Penjualan Secara Daring) .....	11
3. Diskon.....	13
4. <i>Flash Sale</i> (Penjualan kilat).....	14
5. Keputusan Pembelian .....	16
B. Penelitian Terdahulu, Hipotesis dan Model Penelitian .....	18
1. Penelitian Terdahulu.....	18

2. Hipotesis dan Penelitian Terdahulu.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS</b>	
A. Metode Penelitian.....	40
1. Jenis Penelitian.....	40
2. Lokasi Penelitian.....	40
3. Populasi dan Sampel.....	40
4. Sumber Data.....	42
5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
6. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	44
7. Desain Kuesioner.....	46
B. Metode Analisis.....	50
1. Uji Keabsahan Data.....	50
2. Teknik Analisis Data.....	53
C. Uji Hipotesis.....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	59
1. Gambaran Objek Penelitian.....	59
2. Gambaran Umum Responden.....	59
3. Deskripsi Data Penelitian.....	62
4. Hasil Uji Instrumen.....	68
5. Hasil Analisis Data.....	70
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
7. Uji Hipotesis.....	74
B. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh gratis ongkir ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)....	76
2. Pengaruh <i>live</i> penjualan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y)..	77
3. Pengaruh diskon ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y).....	78
4. Pengaruh <i>flash sale</i> ( $X_4$ ) terhadap keputusan pembelian (Y).....	79
5. Pengaruh gratis ongkir, <i>live</i> penjualan, diskon dan <i>flash sale</i> terhadap keputusan pembelian.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b>	

A. Kesimpulan.....81

B. Saran.....82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data Pengguna Tiktok <i>Shop</i> .....	5
Tabel 1.2 Daftar Pertanyaan.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Pemberian Skor Kuesioner.....	43
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	44
Tabel 3.3 Pertanyaan Indikator Masing – masing Variabel.....	47
Tabel 4.1 Prodi Responden .....	60
Tabel 4.2 Angkatan responden.....	60
Tabel 4.3 Pengguna Tiktok <i>Shop</i> .....	61
Tabel 4.4 Deskripsi Data Penelitian Gratis Ongkir Tiktok <i>Shop</i> .....	62
Tabel 4.5 Deskripsi Data Penelitian <i>Live</i> Penjualan Tiktok <i>Shop</i> .....	63
Tabel 4.6 Deskripsi Data Penelitian Diskon .....	64
Tabel 4.7 Deskripsi Data Penelitian <i>flash sale</i> Tiktok <i>Shop</i> .....	65
Tabel 4.8 Deskripsi Data Penelitian Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.14 Uji Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	38
-----------------------------------	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Pra Survei

Lampiran 2. Hasil Kuesioner Pra Survei

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Tanggapan Responden di Google Formulir

Lampiran 5. Rekapitulasi Data Kuesioner

Lampiran 6. Output SPSS

Lampiran 7. Kartu Bimbingan

