

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pembelian Impulsif	9
2.1.2 <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	11
2.1.3 Motivasi Belanja Hedonis	12
2.1.4 Promosi Penjualan.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian	18
2.3.1 Hubungan <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> Terhadap Pembelian Impulsif	18

2.3.2	Hubungan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif	18
2.3.3	Hubungan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif.....	19
2.4	Model Penelitian.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Jenis Penelitian	21
3.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.1	Populasi	21
3.2.2	Sampel	21
3.3	Sumber Data.....	22
3.3.1	Data Primer.....	22
3.3.2	Data Sekunder.....	22
3.4	Teknik Pengumpulan Data	22
3.5	Variabel Penelitian.....	23
3.6	Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1	Uji Validitas.....	27
3.6.2	Uji Reliabilitas	27
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	28
3.6.4	Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Objek Penelitian	32
4.1.2	Profile Objek Penelitian	32
4.2	Karakteristik Responden.....	34
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	36
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden	37
4.3.2	Variabel <i>Fear of Missing Out</i>	38
4.3.3	Variabel Motivasi Belanja Hedonis	39
4.3.4	Variabel Promosi Penjualan	40

4.3.5 Variabel Pembelian Impulsif	41
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
4.4.1 Hasil Uji Validitas	42
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	44
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.6 Hasil Uji Hipotesis	47
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.6.2 Hasil Uji Parsial (Uji T)	49
4.6.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)	51
4.6.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	52
4.7 Pembahasan.....	53
4.7.1 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> Terhadap Pembelian Impulsif <i>Virtual Goods</i> pada pemain <i>Game Mobile Legends : Bang-Bang</i>	53
4.7.2 Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif <i>Virtual Goods</i> pada pemain <i>Game Mobile Legends : Bang-Bang</i>	55
4.7.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif <i>Virtual Goods</i> pada pemain <i>Game Mobile Legends : Bang-Bang</i>	57
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66
BIODATA PENULIS	114