

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Kerangka Berpikir	13
F. Hipotesis Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN TEORITIS	16
A. Tipe Kepribadian	16
1. Definisi Kepribadian.....	16
2. Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert.....	17
3. Dimensi-Dimensi / Indikator Kepribadian	20
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tipe Kepribadian.....	22
B. Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	23
1. Definisi Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	23
2. Dimensi-Dimensi Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>).....	24
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>).....	25

C. Mahasiswi	28
D. <i>Online Shopping</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Rancangan Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	32
3. Teknik Pengambilan Sampel Penelitian	32
C. Variabel Penelitian.....	33
1. Variabel Tipe Kepribadian	33
2. Variabel Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	34
D. Instrumen Penelitian	35
1. Tipe dan Skala Alat Ukur	35
2. Teknik Skoring	36
3. Kisi-Kisi Alat Ukur	37
E. Pengujian Alat Ukur	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reliabilitas.....	45
F. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Normalitas	47
2. Frekuensi	48
3. Gambaran Umum (Kategorisasi) Tipe Kepribadian.....	48
4. Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	50
5. Gambaran Umum (Kategorisasi) <i>Impulsive Buying</i>	50
6. Dimensi Dominan <i>Impulsive Buying</i>	52
7. <i>Cross Tabulation</i> (Tabulasi Silang).....	53
G. Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
H. Prosedur Penelitian	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	57

1. Gambaran Umum Responden Penelitian Berdasarkan Angkatan	57
2. Gambaran Umum Responden Penelitian Berdasarkan Usia	58
3. Gambaran Umum Responden Penelitian Berdasarkan Uang Saku Perbulan	60
4. Gambaran Umum Responden Penelitian Berdasarkan Banyak Jumlah Produk Dibeli (Selama Dalam 2 Bulan Terakhir)	61
B. Analisis Data.....	63
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
2. Uji Normalitas	64
3. Gambaran Umum (Kategorisasi) Tipe Kepribadian.....	65
4. Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	66
5. Gambaran Umum (Kategorisasi) <i>Impulsive Buying</i>	68
6. Dimensi Dominan <i>Impulsive Buying</i>	70
7. <i>Cross Tabulation</i> Tipe Kepribadian dengan <i>Impulsive Buying</i>	71
8. <i>Cross Tabulation Impulsive Buying</i> Ditinjau Berdasarkan Data Pendukung (Angkatan)	73
9. <i>Cross Tabulation Impulsive Buying</i> Ditinjau Berdasarkan Data Pendukung (Usia)	74
10. <i>Cross Tabulation Impulsive Buying</i> Ditinjau Berdasarkan Data Pendukung (Uang Saku Perbulan).....	76
11. <i>Cross Tabulation Impulsive Buying</i> Ditinjau Berdasarkan Data Pendukung (Banyak Jumlah Produk Dibeli [Selama Dalam 2 Bulan Terakhir]).....	79
C. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	90
1. Saran Teoritis.....	91
2. Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	93
DATA LAMPIRAN

