

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Impulse Buying</i> (Pembelian Impulsif).....	7
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku <i>Impulse Buying</i>	8
2.1.2 Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	8
2.1.3 Dimensi dan Indikator <i>Impulse Buying</i>	9
2.2 <i>Shopping Lifestyle</i> (Gaya Hidup Berbelanja).....	9
2.2.1 Faktor yang mempengaruhi <i>Shopping Lifestyle</i>	10
2.2.2 Dimensi atau Indikator <i>Shopping Lifestyle</i>	11
2.3 <i>Fashion Involvement</i> (Keterlibatan Mode).....	12

2.3.1	Faktor yang mempengaruhi <i>Fahion Involvement</i>	12
2.3.2	Dimensi atau indikator <i>Fahion Involvement</i>	13
2.4	<i>Situational Factor</i> (Faktor Situasional).....	14
2.4.1	Faktor yang mempengaruhi Faktor Situasional.....	14
2.4.2	Dimensi dan Indikator Faktor Situasional.....	15
2.5	<i>Positive Emotion</i> (Emosi Positif).....	15
2.5.1	Dimensi dan indikator <i>Positive Emotion</i>	16
2.6	Penelitian Terdahulu.....	17
2.7	Hubungan Antar Variabel.....	21
2.7.1	Perbedaan <i>Impulse Buying</i> Pria dan Wanita.....	21
2.7.2	Perbedaan <i>Shopping Lifestyle, Fashion Involvement,</i> Faktor Situasional dan Emosi Positif pada Pria dan Wanita.....	21
2.8	Hipotesis.....	22
2.9	Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Rencana Penelitian.....	23
3.2	Objek Penelitian.....	23
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
3.4.1	Populasi.....	23
3.4.2	Sampel.....	23
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7	Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1	Uji Validitas.....	28

3.7.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.7.3 Analisis Diskriminan.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	34
4.1 Karakteristik Responden.....	34
4.2 Teknik Analisis Data.....	37
4.2.1 Uji Validitas.....	37
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	39
4.2.3 Analisis Diskriminan.....	40
BAB V PEMBAHASAN.....	44
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
5.1.1 Perbedaan <i>Impulse Buying</i> Pria dan Wanita.....	44
5.1.2 Manakah variabel <i>Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Faktor Situasional dan Positive Emotion</i> yang membedakan <i>impulse buying</i> pada pria dan wanita di Tokopedia.....	45
5.2 Temuan Penelitian.....	46
5.3 Keterbatasan Masalah.....	46
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
6.1 Kesimpulan.....	48
6.2 Saran.....	48
6.3 Implikasi Penelitian.....	49
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	49
6.3.2 Implikasi Praktis.....	49
DAFTAR REFERENSI.....	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Toko Online di Indonesia.....	3
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2 Skor Skal likert.....	27
3.3 Interpretasi Koefisiensi Korelasi Nilai r.....	29
4.1 Uji Validitas.....	37
4.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.3 <i>Box's M Test Results</i>	40
4.4 <i>Wilks' Lambda</i>	41
4.5 <i>Eigenvalue</i>	41
4.6 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	42
4.7 <i>Functions at Group Centroids</i>	42
4.8 <i>Classification Results</i>	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Jumlah Penjualan E-commerce di Indonesia.....	1
1.2 Produk Popular di Indonesia sektor E-commerce.....	2
2.9 Model Penelitian.....	22
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2 Responden Pria dan Wanita Berdasarkan Usia.....	35
4.3 Responden Pria dan Wanita Berdasarkan Pekerjaan....	35
4.4 Responden Berdasarkan Faktor Yang Membuat <i>Impulse Buying</i> di Tokopedia.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	55
2. Tabulasi Data Karakteristik 140 Responden.....	60
3. Tabulasi Data Pre-Test (30 Responden).....	61
4. Tabulasi Data 140 Responden.....	62
5. Pernyataan Responden Tertinggi.....	67
6. Uji Validitas (30 Responden).....	68
7. Uji Reliabilitas.....	71
8. Hasil Analisis Diskriminan.....	72