

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Kontrol Diri .....	8
2.1.1 Definisi Kontrol Diri .....	8
2.1.2 Dimensi Kontrol Diri .....	8
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri .....	9
2.2 <i>Impulsive Buying</i> .....	9
2.2.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i> .....	9
2.2.2 Dimensi <i>Impulsive Buying</i> .....	10
2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> .....	10
2.3 Kerangka Berpikir .....	11
2.4 Hipotesis .....	12
BAB III METODE PENELITIAN .....	13
3.1 Rancangan Penelitian .....	13
3.2 Variabel .....	13
3.2.1 Kontrol Diri .....	13
3.2.2 <i>Impulsive Buying</i> .....	13
3.3 Populasi dan Sampel .....	13
3.3.1 Populasi .....	13
3.3.2 Sampel .....	14
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	14
3.4 Instrumen Penelitian .....	14

3.4.1 Skala Alat Ukur .....	14
3.4.2 Teknik Skoring .....	14
3.4.3 Kisi-Kisi Alat Ukur .....	14
3.5 Uji Alat Ukur .....	18
3.5.1 Uji Validitas .....	18
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	18
3.6 Teknik Analisis Data .....	19
<b>BAB IV HASIL .....</b>	<b>22</b>
4.1 Gambaran Responden Penelitian .....	22
4.1.1 Jenis Kelamin .....	22
4.1.2 Usia .....	22
4.1.3 Pendidikan Terakhir .....	23
4.1.4 Pengeluaran untuk Belanja Perbulan .....	23
4.1.5 Produk yang Sering Dibeli Menggunakan OVO .....	24
4.1.6 Alasan Menggunakan Aplikasi OVO .....	24
4.1.7 Durasi Menggunakan Aplikasi OVO .....	25
4.2 Data Hasil Penelitian .....	25
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	25
4.2.2 Hasil Uji Normalitas .....	26
4.2.3 Hasil Uji Hubungan Kontrol Diri dan <i>Impulsive Buying</i> .....	26
4.2.4 Kategorisasi Kontrol Diri .....	27
4.2.5 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i> .....	27
4.2.6 Gambaran <i>Impulsive Buying</i> Ditinjau dari Data Penunjang .....	27
4.2.7 Dimensi Dominan <i>Impulsive Buying</i> .....	31
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
5.1 Gambaran Umum .....	32
5.2 Pembahasan .....	32
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>36</b>
6.1 Simpulan .....	36
6.2 Saran .....	36
6.2.1 Saran Teoritis .....	36
6.2.2 Saran Praktis .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>37</b>
<b>LAMPIRAN</b>	