

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Kerangka Berpikir.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Definisi <i>Implusive buying</i>	7
2.1.2. Aspek-aspek <i>Implusie Buying</i>	7
2.1.3. Faktor-faktor <i>Implusive Buying</i>	8
2.2. Berbelanja Online.....	9
2.3. Karakteristik Laki-laki dan Perempuan	9
BAB III METODE PENELITIAN	10
3.1. Rencana Penelitian	10
3.2. Variabel	10
3.3. Populasi dan Sampel	10

3.3.1.	Populasi Penelitian	10
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	10
3.3.3.	Teknik <i>Sampling</i>	11
3.4.	Instrumen Penelitian	11
3.4.1.	Skala Alat Ukur.....	11
3.4.2.	Teknik Skoring.....	12
3.4.3.	Kisi-kisi Alat Ukur.....	12
3.5.	Uji Coba Alat Ukur.....	15
3.5.1.	Uji Reabilitas.....	15
3.5.2.	Uji Validitas	15
3.6.	Teknik Analisa Data	16
3.6.1.	Uji Normalitas.....	16
3.6.2.	Frekuensi	16
3.6.3.	Uji Beda	16
3.6.4.	Kategorisasi.....	17
3.6.5.	Aspek Dominan Variabel <i>Implusive Buying</i>	17
3.6.6.	<i>Crosstab</i> atau Tabulasi Silang.....	17
3.7.	Waktu Pelakanaan.....	18
3.8.	Prosedur Penelitian	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1.	Gambaran Responden Penelitian	19
4.1.1.	Jenis Kelamin	19
4.1.2.	Usia	19
4.1.3.	Uang Saku Perbulan	20
4.1.4.	Jumlh Produk/Barang yang Dibeli Perbulan.....	20
4.1.5.	Aplikasi/Website yang Paling Sering Digunakan untuk Berbelanja Online.....	20
4.2.	Hasil Analisa Data.....	21
4.2.1.	Uji Validitas dan Reabilitas	21
4.2.2.	Uji Normalitas Data	21
4.2.3.	Uji Beda (T-test)	22
4.2.4.	Kategorisasi <i>Implusive Buying</i>	22

4.2.5. Aspek Dominan <i>Implusive Buying</i>	23
4.2.6. <i>Crosstab</i> Aspek Dominan dengan Kategorisasi.....	23
4.2.7. <i>Crosstab</i> Aspek Dominan dengan Jenis Kelamin.....	24
4.2.8. <i>Crosstab Impulsive Buying</i> Berdasarkan Data Penunjang	24
BAB V PEMBAHASAN	30
5.1. Gambaran Umum.....	30
5.2. Pembahasan	30
BAB VI PENUTUP	34
6.1. Simpulan	34
6.2. Saran	34
6.2.1. Saran Teoritis	34
6.2.2. Saran Teoritis	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	39