

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat	9
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
A. Teori Pendukung	11
1. <i>Impulse Buying</i>	11
2. <i>Financial Attitude</i>	19
3. Gaya Hidup.....	22
B. Hasil Penelitian Relevan	24
C. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	29
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35

1. Waktu Penelitian	35
2. Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
1. Metode Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	38
D. Pengembangan Instrumen	40
1. Variabel Penelitian	41
2. Instrumen Penelitian.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	47
3. <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	50
C. Pengujian Hipotesis.....	51
1. Analisis <i>Direct Effect: Path Coefficient</i>	51
2. Analisis <i>Indirect Effect</i>	52
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Analisis Deskriptif Data.....	53
1. Profil Responden	53
2. Profil Data	54
B. Analisis Model Struktural (<i>Outer Model</i>).....	61
1. <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	62
2. <i>Convergent Validity</i>	62
3. <i>Discriminant Validity</i>	64
4. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	65
5. <i>Composite Reliability</i>	66
6. <i>Cronbach's Alpha</i>	67
C. Analisis Inner Model.....	67
1. <i>T-Statistics</i>	67

2. R-square	68
3. F-square.....	69
D. Pengujian Hipotesis.....	70
1. Analisis <i>Direct Effect: Path Coefficient</i>	70
2. Analisis <i>Indirect Effect</i>	72
E. Pembahasan.....	73
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Implikasi.....	79
1. Implikasi Teoritis.....	79
2. Implikasi Praktis.....	80
C. Keterbatasan Penelitian.....	81
D. Rekomendasi.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pembelian Impulse Buying Pada Setiap Generasi.....	3
Gambar 1.2 Tingkat <i>Impulse buying</i>	5
Gambar 2.1 Model Theory of Planned Behavior.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis.....	34
Gambar 4.1 Outer Model Penelitian.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan Terdahulu	25
Tabel 3.1 Waktu Penyusunan Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	41
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.4 Rule of Thumb Outer Model.....	49
Tabel 3.5 Rule of Thumb Inner Model	51
Tabel 4.1 Profil Responden.....	53
Tabel 4.2 Interval Penelitian	55
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Financial Attitude	55
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Gaya Hidup	57
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Impulse Buying	59
Tabel 4.6 Hasil Pengujian VIF.....	62
Tabel 4.7 Outer Loading Factor	63
Tabel 4.8 Hasil Cross Loading.....	64
Tabel 4.9 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	66
Tabel 4.10 Hasil Composite Reliability	66
Tabel 4.11 Hasil Cronbach's Alpha	67
Tabel 4.12 Hasil T-Statistics	68
Tabel 4.13 Hasil Hitung R-Square (R^2)	69
Tabel 4.14 Hasil Pengujian F-Square (F^2)	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Patch Coefficients.....	71
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Indirect Effect.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Judul Skripsi	92
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	93
Lampiran 3 Surat Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	94
Lampiran 4 Format Saran dan Perbaikan Seminar Proposal Skripsi	95
Lampiran 5 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	96
Lampiran 6 Lembar Persetujuan Perbaikan Setelah Seminar Hasil Skripsi	97
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian Skripsi	98
Lampiran 8 Tabulasi Uji Validitas Penelitian	102
Lampiran 9 Tabulasi Penelitian	114
Lampiran 10 Outer Model dan Inner Model Penelitian	126
Lampiran 11 Hasil Cek Plagiasi Turnitin	127
Lampiran 12 Daftar Riwayat Peneliti	128

