

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	vi
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b>	
A. Deskripsi Konseptual .....	11
1. Perilaku Pembelian Impulsif .....	11
a. Definisi Perilaku Pembelian Impulsif.....	11
b. Karakteristik Perilaku Pembelian Impulsif.....	18
2. Instagram Sebagai Media <i>Online Shop</i> .....	19
a. Definisi Jejaring Sosial Instagram.....	19
b. Bisnis <i>Online Shop</i> .....	23
c. Pemasaran <i>Online</i> Melalui Media Instagram .....	24
3. Literasi Keuangan.....	27
a. Definisi Literasi Keuangan .....	27
b. Indikator Literasi Keuangan .....	28
B. Penelitian yang Relevan .....	30
C. Kerangka Teoretik .....	33
D. Perumusan Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Tujuan Penelitian .....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Metode Penelitian .....	38
D. Populasi dan Teknik Sampling .....	40
1. Populasi Terjangkau .....	40

2. Sampling.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
1. Variabel Y (Perilaku Pembelian Impulsif).....	42
a. Definisi Konseptual.....	42
b. Definisi Operasional.....	42
c. Kisi-kisi Instrumen .....	42
d. Validasi dan Reabilitas Instrumen.....	44
1) Uji Validitas .....	45
2) Uji Reliabilitas.....	45
2. Variabel X1 (Instagram Sebagai Media <i>Online Shop</i> ).....	46
a. Definisi Konseptual.....	46
b. Definisi Operasional.....	46
c. Kisi-kisi Instrumen .....	47
d. Validasi dan Reabilitas Instrumen.....	48
1) Uji Validitas .....	49
2) Uji Reliabilitas.....	49
3. Variabel X1 (Literasi Keuangan) .....	50
a. Definisi Konseptual.....	50
b. Definisi Operasional.....	50
c. Kisi-kisi Instrumen .....	51
d. Validasi dan Reabilitas Instrumen.....	52
1) Uji Validitas .....	53
2) Uji Reliabilitas.....	53
F. Teknik Analisis Data .....	54
1. Uji Persyaratan Analisis.....	54
a. Uji Normalitas .....	54
b. Uji Linearitas .....	55
2. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Multikolinearitas .....	56
b. Uji Heteroskedastisitas .....	57
3. Regresi linier Berganda.....	57
4. Uji Hipotesis .....	59
a. Uji F.....	59
b. Uji t.....	60
5. Analisis Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	60

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data .....	62
1. Perilaku Pembelian Impulsif (Y).....	62
2. Instagram sebagai Media Online Shop (X1).....	66
3. Literasi Keuangan (X2).....	69
B. Analisis Data .....	72
1. Uji Persyaratan Analisis.....	72

a. Uji Normalitas .....	72
b. Uji Linearitas .....	75
2. Uji Asumsi Klasik .....	76
a. Uji Multikolinearitas .....	76
b. Uji Heteroskedastisitas .....	77
3. Regresi Linier Berganda .....	78
4. Uji Hipotesis .....	79
a. Uji t .....	79
b. Uji F .....	81
5. Analisis Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	81
a. Pembahasan .....	82

## **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	87
B. Implikasi .....	88
C. Saran .....	89

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>
-----------------------	-----------

<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>137</b>
----------------------------	------------

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Perbedaan Toko Online Dengan Toko Fisik.....	24
Tabel III.1	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
Tabel III.2	Kisi-Kisi Instrumen.....	43
Tabel III.3	Skala Penilaian Untuk Perilaku Pembelian Impulsif.....	44
Tabel III.4	Kisi-Kisi Instrumen Instagram Sebagai Media Online Shop.....	47
Tabel III.5	Skala Penilaian Instagram Sebagai Media Online Shop.....	48
Tabel III.6	Kisi-Kisi Instrumen Literasi Keuangan.....	51
Tabel III.7	Skala Penilaian Literasi Keuangan.....	52
Tabel IV.1	Rata-Rata Hitung Skor Indikator Perilaku Pembelian Impulsif.....	63
Tabel IV.2	Distribusi Frekuensi Perilaku Pembelian Impulsif.....	64
Tabel IV.3	Rata-Rata Hitung Skor Indikator Instagram Sebagai Media Online Shop.....	66
Tabel IV.4	Distribusi Frekuensi Instagram Sebagai Media Online Shop.....	68
Tabel IV.5	Rata-Rata Hitung Skor Indikator Literasi Keuangan.....	70
Tabel IV.6	Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan.....	71
Tabel IV.7	Hasil Uji Normalitas Instagram Sebagai Media Online Shop.....	73
Tabel IV.8	Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y.....	75
Tabel IV.9	Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y.....	76
Tabel IV.10	Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel IV.11	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel IV.12	Uji t.....	80
Tabel IV.13	Uji F.....	81
Tabel IV.14	Analisis Koefisien Determinasi.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Hasil Pra Survei Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa .....	6
Gambar III.1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel .....	39
Gambar IV.1 Grafik Histogram Variabel Y .....	65
Gambar IV.2 Grafik Histogram Variabel X1 .....	69
Gambar IV.3 Grafik Histogram Variabel X2 .....	72
Gambar IV.4 Normal Probability Plot .....	74
Gambar IV.5 <i>Scatterplot</i> Untuk Uji Heteroskedastisitas .....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Pengajuan Penelitian .....	94
Lampiran 2. Data Presentase Responden .....	95
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian Uji Coba .....	97
Lampiran 4. Perhitungan Uji Coba Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian...	103
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian Final.....	112
Lampiran 6. Tabulasi Data tiap Variabel .....	118
Lampiran 7. Deskripsi Data Penelitian .....	127
Lampiran 8. Perhitungan Data dengan SPSS .....	133