

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	12
1.5.1 Kegunaan Teoretis .....	12
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 <i>Theory of Stimulus-Organism-Respons (SOR)</i> .....	16
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	19
2.2 Konsep Variabel .....	20
2.2.1 <i>Hedonic Browsing (HB)</i> .....	20
2.2.2 <i>Online Impulsive Buying (OIB)</i> .....	22
2.2.3 <i>Financial Self-Efficacy (FSE)</i> .....	24
2.2.4 <i>Intention to Use BNPL</i> .....	26

2.2.5 BNPL ( <i>Buy Now Pay Later</i> ).....	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
2.4 Hubungan Antar Variabel.....	55
2.4.1 Pengaruh <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Financial Self-Efficacy</i> .....	55
2.4.2 Pengaruh <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Online Impulsive Buying</i> .....	56
2.4.3 <i>Financial Self-Efficacy</i> terhadap <i>Online Impulsive Buying</i> .....	57
2.4.4 <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Intention to Use BNPL</i> .....	58
2.4.5 <i>Online Impulsive Buying</i> terhadap <i>Intention to Use BNPL</i> .....	59
2.4.7 <i>Financial Self Efficacy</i> dan <i>Online Impulsive Buying</i> terhadap <i>Hedonic Browsing</i> dan <i>Intention to Use BNPL</i> .....	61
2.5 Kerangka Pemikiran.....	62
2.6 Perumusan Hipotesis.....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>65</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	65
3.1.1 Variabel Penelitian.....	65
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	67
3.2 Populasi dan Sampel.....	70
3.2.1 Populasi.....	70
3.2.2 Sampel.....	71
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	75
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	76
3.5 Metode Analisis Data.....	78
3.5.1 Merancang Model Pengukuran (Outer Model).....	80
3.5.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	81
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....	<b>85</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	85
4.1.1 Deskripsi Umum Responden.....	86
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	88
4.2 Analisis Data.....	91
4.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	92
4.2.2 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	101

4.2.3 Uji Hipotesis .....	106
4.3 Interpretasi Hasil.....	112
4.3.1 Pengaruh <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Financial Self-Efficacy</i> .....	112
4.3.3 Pengaruh <i>Financial Self-Efficacy</i> terhadap <i>Online Impulsive Buying</i> .....	113
4.3.4 Pengaruh <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Intention to Use BNPL</i> .....	113
4.3.7 Pengaruh <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Intention to Use BNPL</i> dimediasi secara berantai oleh <i>Financial Self-Efficacy</i> dan <i>Online Impulsive Buying</i> .....	115
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan .....	116
5.2 Implikasi Penelitian .....	117
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	117
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	119
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	122
5.4 Saran Penelitian Mendatang .....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN.....	131

