

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	19
1.3.3 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.1.1.1 Eksternalitas Jaringan	27
2.1.1.2 Teori <i>of Bounded Rationality</i>	32
2.1.2 Teori Konsumsi Islam	34
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.2.1 Hubungan Pendapatan terhadap <i>Impulsive buying</i>	38
2.2.2 Hubungan Gratis Ongkir terhadap <i>Impulsive buying</i>	40
2.2.3 Hubungan FOMO terhadap <i>Impulsive buying</i>	41
2.2.4 Hubungan <i>Maslahah</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	43
2.2.5 Hubungan <i>Female</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	44
2.4 Kerangka Pemikiran	53
2.5 Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Varabel.....	58
3.1.1 Variabel Penelitian.....	58

3.1.2 Definisi Operasional	58
3.2 Populasi dan Sampel.....	63
3.2.1 Populasi	63
3.2.2 Sampel	64
3.3 Teknik Pengumpulan Data	64
3.4 Metode Analisis Data	65
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	65
3.4.2 Analisis Kuantitatif.....	65
3.4.2.1 Uji Validitas.....	65
3.4.2.2 Uji Reliabilitas.....	66
3.4.2.3 Analisis Regresi Logistik Biner.....	66
3.5 Uji Statistik.....	68
3.5.1 Uji Keseluruhan Model	69
3.5.2 Uji <i>Hosmer and Lemeshow's Goodnes of Fit</i>	69
3.5.3 Uji Klasifikasi Probabilitas Logistik	70
3.5.4 Uji Omnibus (Signifikansi Simultan).....	70
3.5.5 Uji Wald (Signifikansi Parsial).....	71
3.5.6 Odds Ratio	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	74
4.2 Gambaran Umum Responden.....	75
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	77
4.2.4 Responden Responden Berdasarkan Kota	77
4.3 Analisis Data Indeks Jawaban Responden	78
4.3.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Gratis Ongkir.....	79
4.3.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel FOMO	80
4.3.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Maslahah</i>	81
4.4 Analisis Kuantitatif.....	82
4.4.1 Uji Validitas.....	82
4.4.2 Uji Reliabilitas	83
4.5 Analisis Data Regresi Logistik Biner	83
4.5.1 Uji Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Model</i>).....	84

4.5.2 Interpretasi Uji Kelayakan Model Regresi (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>)	85
4.5.3 Uji Klasifikasi Probabilitas Logistik	86
4.5.4 Uji Signifikansi Simultan (<i>Omnibus Test</i>).....	87
4.5.5 Uji Parsial Logistik (<i>Wald Test</i>)	88
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian.....	90
4.6.1 Pengaruh Pendapatan (X1) terhadap <i>Impulsive buying</i> (Y)	90
4.6.2 Pengaruh Gratis Ongkir (X2) terhadap <i>Impulsive buying</i> (Y).....	91
4.6.3 Pengaruh FOMO (X3) terhadap <i>Impulsive buying</i> (Y)	92
4.6.4 Pengaruh Masalah (X4) terhadap <i>Impulsive buying</i> (Y)	94
4.6.5 Pengaruh <i>Female</i> (X5) terhadap <i>Impulsive buying</i> (Y).....	96
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	110

