

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4.1 Aspek Teoritis.....	14
1.4.2 Aspek Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Teori Kebutuhan Maslow.....	16
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	19
2.1.3 Teori Modal Sosial.....	21
2.1.4 Kepercayaan.....	23
2.1.5 Kemudahan Pembayaran.....	25
2.1.6 <i>Price Discount</i>	29
2.1.7 Gratis Ongkos Kirim	32

2.1.8	<i>Impulse Buying</i>	34
2.2	Penelitian Terdahulu	38
2.2.1	Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	42
2.3	Hubungan Antar Variabel	42
2.3.1	Pengaruh Kepercayaan Pembayaran Terhadap <i>Impulse Buying</i>	42
2.3.2	Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap <i>Impulse Buying</i>	44
2.3.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	46
2.3.4	Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap <i>Impulse Buying</i>	47
2.4	Kerangka Pemikiran.....	48
2.5	Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	51
3.1.1	Variabel Penelitian.....	51
3.1.2	Definisi Operasional.....	51
3.2	Populasi dan Sampel	55
3.2.1	Populasi.....	55
3.2.2	Sampel.....	55
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	57
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	58
3.4.1	Kuesioner	58
3.4.2	Studi Pustaka.....	59
3.5	Metode Analisis	60
3.5.1	Analisis Deskriptif	60
3.5.2	Uji Instrumen Data.....	62
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	63
3.5.4	Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	69
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.2	Gambaran Umum Responden	71
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71

4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili	72
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Perbulan.....	74
4.3	Metode Analisis Data	75
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban	75
4.3.2	Uji Instrumen Data	82
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	84
4.3.4	Uji Hipotesis	90
4.4	Pembahasan.....	97
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Gen Z Muslim Di Provinsi Jawa Barat	97
4.4.2	Pengaruh Kemudahan Pembayaran Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Gen Z Muslim Di Provinsi Jawa Barat	99
4.4.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Gen Z Muslim Di Provinsi Jawa Barat.....	100
4.4.4	Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Pada Gen Z Muslim Di Provinsi Jawa Barat.....	102
BAB V PENUTUP.....		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	108
5.3	Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		116