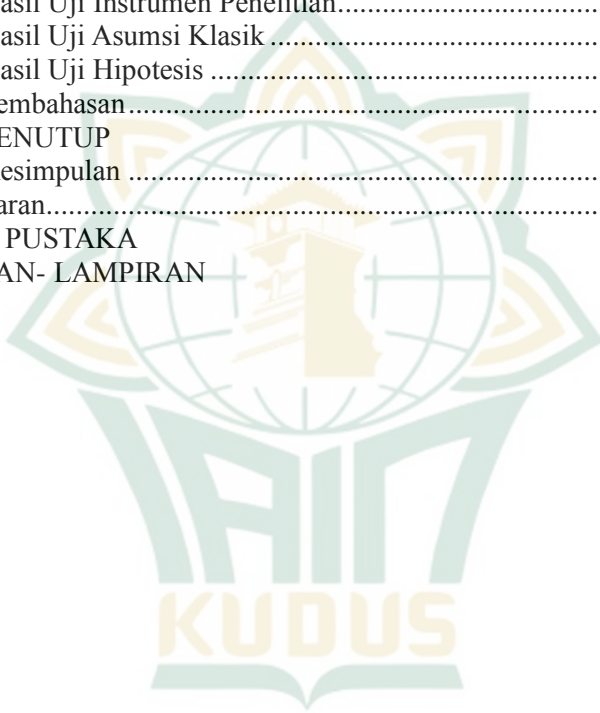


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB- INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	11
1. <i>Theory Of Planned Behaviour</i>	11
2. <i>Impulse Buying</i>	12
3. <i>Hedonic Lifestyle</i>	16
4. <i>Trend</i>	20
5. Keragaman Produk.....	23
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel	31
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	32
1. Variabel Penelitian	32
2. Variabel Operasional	32
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
1. Uji Validitas Instrumen	36
2. Uji Reliabilitas Instrumen	36

F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Kuesioner.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	37
1. Pengujian Asumsi Klasik	37
2. Pengujian Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Deskripsi Identitas Responden	41
C. Data Penelitian	43
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	47
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
F. Hasil Uji Hipotesis	53
G. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN- LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Pembelian Impulsif Mahasiswa.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Penelitian	32
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2 Usia Responden	41
Tabel 4.3 Uang saku/ Pendapatan Responden	42
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian.....	42
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel <i>Hedonic Lifestyle</i>	43
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel <i>Trend</i>	44
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Keragaman Produk.....	45
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Variabel <i>Impulse Buying</i>	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Lifestyle</i>	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trend</i>	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impluse Buying</i>	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glesjer	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	54
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (t)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52

