

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori	9
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	9
2. <i>Cashback</i>	11
3. <i>Locus of Control</i>	13
4. <i>Financial Knowledge</i>	15
5. Penggunaan Shopee Paylater	16
6. <i>Islamic Ethics</i>	20
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Berpikir	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis dan Pendekatan	28
B. <i>Setting</i> Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel	28
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	30
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	35

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A.	Hasil Penelitian	39
1.	Gambaran Obyek Penelitian	39
a.	Profil Umum Obyek Penelitian	39
b.	Gambaran Umum Responden	41
c.	Deskripsi Data Variabel Penelitian	43
2.	Analisis Data	54
a.	Hasil Uji Instrumen Data	54
1)	Hasil Uji Validitas Instrumen	54
2)	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
b.	Hasil Uji Asumsi Klasik	59
1)	Hasil Uji Normalitas	59
2)	Hasil Uji Multikolinieritas	59
3)	Hasil Uji Heterokedastisitas	60
c.	Hasil Uji Hipotesis	61
1)	Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
2)	Hasil Uji Statistik F	62
3)	Hasil Uji Statistik t	63
4)	Hasil Uji MRA	65
B.	Pembahasan	69
1.	Pengaruh <i>Cashback</i> terhadap Penggunaan Shopee Paylater	69
2.	Pengaruh <i>Locus of Control</i> terhadap Penggunaan Shopee Paylater	71
3.	Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> terhadap Penggunaan Shopee Paylater	72
4.	Pengaruh <i>Islamic Ethics</i> sebagai variabel moderasi dalam <i>cashback</i> terhadap Penggunaan Shopee Paylater	74
5.	Pengaruh <i>Islamic Ethics</i> sebagai variabel moderasi dalam <i>locus of control</i> terhadap Penggunaan Shopee Paylater	75
6.	Pengaruh <i>Islamic Ethics</i> sebagai variabel moderasi dalam <i>financial knowledge</i> terhadap Penggunaan Shopee Paylater	76
BAB V	PENUTUP	78
A.	Kesimpulan	78
B.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian	31
Tabel 3.2	Skala Likert	35
Tabel 4.1	Frekuensi Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2	Produk yang Sering di Beli Responden	41
Tabel 4.3	Rata-Rata Hasil Kuesioner <i>Cashback</i>	42
Tabel 4.4	Rata-Rata Hasil Kuesioner <i>Locus of Control</i>	42
Tabel 4.5	Rata-Rata Hasil Kuesioner <i>Financial Knowledge</i>	43
Tabel 4.6	Rata-Rata Hasil Kuesioner <i>Islamic Ethics</i>	43
Tabel 4.7	Frekuensi Tabel Variabel <i>Cashback</i>	44
Tabel 4.8	Frekuensi Tabel Variabel <i>Locus of Control</i>	46
Tabel 4.9	Frekuensi Tabel Variabel <i>Financial Knowledge</i>	48
Tabel 4.10	Frekuensi Tabel Variabel <i>Islamic Ethics</i>	50
Tabel 4.11	Frekuensi Tabel Variabel Penggunaan Shopee Paylater	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Cashback</i>	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Locus of Control</i>	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Financial Knowledge</i>	56
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Islamic Ethics</i>	57
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Instrumen Penggunaan Shopee Paylater	57
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
Tabel 4.18	Hasil Uji Normalitas Metode <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	59
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.20	Hasil Uji Heterokedastitas	61
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.22	Hasil Uji F Model I	62
Tabel 4.23	Hasil Uji F Model II	63
Tabel 4.24	Hasil Uji F Model III	63
Tabel 4.25	Hasil Uji Statistik t	64
Tabel 4.26	Hasil Uji Regresi Model I	65
Tabel 4.27	Hasil Uji Regresi Model II	65
Tabel 4.28	Hasil Persamaan Uji MRA dan Hasil Uji t Parsial	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema *Theory of Planned Behavior*10
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian24
Gambar 4.1 Tampilan Menu Shopee Paylater40

