

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II : TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumsi.....	17
2.1.2 Teori Perilaku Konsumsi Menurut Islam.....	19
2.1.3 Perilaku Pembelian Impulsif.....	20
2.1.4 Literasi Keuangan islam.....	23
2.1.5 Pengetahuan Keuangan.....	25
2.1.6 Perilaku Keuangan.....	26
2.1.7 Sikap Keuangan.....	27
2.1.8 Trend Sosial Media “Racun Tiktok”.....	28
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.2.1 Pengetahuan Keuangan islam Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	30
2.2.2 Perilaku Keuangan islam Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif....	31
2.2.3 Sikap Keuangan islam Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	32
2.2.4 Pengaruh Tren Racun TikTok sebagai variabel moderasi Pengetahuan Keuangan islam Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	33

2.2.5 Pengaruh Tren Racun TikTok sebagai variabel moderasi Perilaku Keuangan islam Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	35
2.2.6 Pengaruh Tren Racun TikTok sebagai variabel moderasi Perilaku Keuangan islam Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	36
2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
2.5 Hipotesis.....	41
BAB III : METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi.....	46
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	47
3.3.1 Data Primer.....	47
3.3.2 Data Sekunder.....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Metode Kuesioner.....	48
3.4.2 Studi Pustaka.....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	50
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.5.2 Analisis Statistik.....	51
3.5.2.1 Merancang Model Pengukuran (Outer Model).....	53
3.5.2.2 Merancang Model Struktural (Inner Model).....	54
3.5.2.3 Pengujian hipotesis.....	56
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2 Gambaran Umum Responden.....	58
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Angkatan.....	59
4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	59
4.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili.....	60
4.2.5 Gambaran Responden Berdasarkan Persentase Pengguna Layanan Keuangan islam.....	61
4.3 Metode Analisis Data.....	61
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	63
4.3.1.1 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Keuangan islam.....	64
4.3.1.2 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Perilaku	

Keuangan islam.....	64
4.3.1.3 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syaria.....	65
4.3.1.4 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Pembelian Impulsif	66
4.3.1.5 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Moderasi Racun Tik Tok (EWOM).....	67
4.3.2 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran).....	68
4.3.2.1 Convergent Validity.....	65
4.3.2.2 Discriminant Validity.....	72
4.3.2.3 Composite Reliability.....	75
4.3.3 Pengujian Inner Model (Model Struktural).....	75
4.3.3.1 Uji Kolinearitas.....	76
4.3.3.2 Analisis Variant (R ²) atau Uji Determinasi.....	77
4.3.3.3 Analisis Variant (F ²).....	78
4.3.3.4 Analisis Variant (Q ²).....	78
4.3.3.5 Goodness of Fit Index.....	79
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	80
4.4 Pembahasan.....	83
4.4.1 Faktor Pengaruh Pengetahuan Keuangan islam Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.....	85
4.4.2 Faktor Pengaruh Perilaku Keuangan islam Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.....	86
4.4.3 Faktor Pengaruh Sikap Keuangan islam Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.....	88
4.4.4 Faktor Pengaruh Racun TikTok Memoderasi Pengetahuan Keuangan islam Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.....	85
4.4.5 Faktor Pengaruh Racun TikTok Memoderasi Perilaku Keuangan islam Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.....	90
4.4.6 Faktor Pengaruh Racun TikTok Memoderasi Sikap Keuangan islam Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.....	91
BAB V : PENUTUP.....	93

5.1 Simpulan.....	93
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Definisi Variabel.....	44
Tabel 3.2 Model Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Layanan Keuangan Islam.....	61
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Keuangan islam.....	63
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Perilaku Keuangan Islam .64	
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap Keuangan Islam.....	65
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Variabel Pembelian Impulsif.....	66
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Variabel Moderasi Racun Tik Tok (EWOM).....	67
Tabel 4.11 Hasil Nilai Loading Factor.....	68
Tabel 4.12 Hasil Nilai Loading Factor ke-2.....	70
Tabel 4.13 Hasil Nilai Loading Factor ke-3.....	71
Tabel 4.14 Hasil Nilai AVE.....	72
Tabel 4.15 Hasil Nilai Cross Loading.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Fornell Larcker Criterion.....	74
Tabel 4.17 Hasil Nilai Composite Reliability.....	75
Tabel 4.18 Hasil Nilai VIF.....	76
Tabel 4.19 Hasil Nilai R Square.....	76
Tabel 4.20 Hasil Nilai F Square.....	78
Tabel 4.21 Hasil Nilai Q Square.....	79
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Goodness of Fit Index.....	79
Tabel 4.23 Hasil Path Coefficient.....	80
Tabel 4.24 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	53
Gambar 4.1 Hasil Bootstrapping.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran B Identitas Responden.....	102
Lampiran C Tabulasi Data.....	105
Lampiran D Frekuensi Jawaban Responden.....	117
Lampiran E Hasil Analisis Outer Model.....	118
Lampiran F Hasil Analisis Inner Model.....	123
Lampiran G Hasil Uji Analisis.....	125