

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN <i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Aspek Teoritis	12
1.4.2 Aspek Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Konsumsi Islam	15
2.1.2 Teori Ekonomi Kelembagaan Baru	20
2.1.3 Pembayaran <i>Paylater</i>	24
2.1.4 Shopee Paylater	25
2.1.5 Religiusitas	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.1.1 Penggunaan Pembayaran Digital Shopee <i>Paylater</i>	35
3.1.2 Religiusitas	35
3.1.3 Perilaku Konsumtif	36
3.2 Populasi dan Sampel	37

3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Kuisisioner	40
3.4.2 Studi kepustakaan	41
3.5 Metode Analisis	41
3.5.1 Uji Instrumen.....	42
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.5.4 Uji Koefesien Determinasi	47
3.5.5 Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	51
4.2 Gambaran Umum Responden.....	51
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Umur.....	52
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan	54
4.3 Metode Analisis Data	55
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban.....	55
4.3.2 Uji Instrumen Data	58
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.3.4 Uji Hipotesis	66
4.4 Pembahasan	71
4.4.1 Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Shopee <i>Paylater</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	71
4.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif.....	72
4.4.3 Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Shopee <i>Paylater</i> dan Tingkat Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif.....	74
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76