

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
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 TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Teori Pilihan Konsumen	17
2.1.2 Teori Konsumsi Islam	23
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen	28
2.1.4 Pembelian Impulsif	32
2.1.5 Religiusitas	36
2.1.6 Literasi Keuangan	38
2.1.7 Gaya Hidup	40
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Hubungan Antarvariabel	49

2.3.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Pembelian Impulsif.....	49
2.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pembelian Impulsif.....	51
2.3.3 Pengaruh Gaya hidup terhadap Pembelian Impulsif.....	53
2.4 Kerangka Pemikiran.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Jenis Penelitian.....	57
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	57
3.2.1 Variabel Penelitian.....	57
3.2.2 Definisi Operasional.....	58
3.3 Populasi dan Sampel.....	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Sampel.....	63
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	63
3.4 Jenis dan Sumber data.....	64
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	64
3.6 Metode Analisis.....	65
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	65
3.6.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
3.6.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	67
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	70
4.1.2 Profil Perilaku Belanja <i>Online</i> Responden.....	72
4.2 Analisis Data.....	74
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	74
4.2.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	76
4.2.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	83
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	88
4.3 Pembahasan.....	89
4.3.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Pembelian Impulsif.....	89

4.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pembelian Impulsif.....	90
4.3.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pembelian Impulsif.....	92
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.3 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	104

