



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

PERAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION  
DI E-MARKETPLACE  
DENGAN MATERIALISME SEBAGAI MODERATOR

YUMNA NABILAH, Rahmat Hidayat

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
<b>Metode.....</b>	<b>6</b>
<b>Partisipan.....</b>	<b>6</b>
<b>Instrumen .....</b>	<b>6</b>
<b>Prosedur.....</b>	<b>7</b>
<b>Analisis.....</b>	<b>8</b>
<b>Hasil.....</b>	<b>8</b>
<b>Diskusi.....</b>	<b>14</b>
<b>Kesimpulan.....</b>	<b>18</b>
<b>Saran.....</b>	<b>18</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>19</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>24</b>



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

PERAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION  
DI E-MARKETPLACE  
DENGAN MATERIALISME SEBAGAI MODERATOR

YUMNA NABILAH, Rahmat Hidayat

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Demografis.....	9
Tabel 2. Statistik Deskriptif.....	9
Tabel 3. Norma Kategorisasi Kategorisasi Pembelian Impulsif Produk Fashion di E-Marketplace.....	10
Tabel 4. Kategorisasi Variabel.....	10
Tabel 5. <i>Model Summary</i> .....	12
Tabel 6. Hasil Uji Regresi.....	13



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**PERAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION  
DI E-MARKETPLACE  
DENGAN MATERIALISME SEBAGAI MODERATOR**

YUMNA NABILAH, Rahmat Hidayat

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>