

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kontribusi Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Komoditas.....	17
2.1.2 Teori Konformitas	18
2.1.3 Getok Tular Negatif	21
2.1.4 Kelangkaan.....	22
2.1.5 Gairah.....	25
2.1.6 Takut Ketinggalan	27
2.1.7 Pembelian Impulsif	29
2.1.8 Penyesalan.....	31
2.2 Pengembangan Hipotesis	37
2.2.1 Pengaruh Kelangkaan Terhadap Gairah.....	37

2.2.2	Pengaruh Kelangkaan Terhadap Takut Ketinggalan	38
2.2.3	Pengaruh Gairah Terhadap Pembelian Impulsif.....	39
2.2.4	Pengaruh Takut Ketinggalan Terhadap Pembelian Impulsif.....	41
2.2.5	Pengaruh Gairah Dalam Memediasi Hubungan Antara Kelangkaan dan Pembelian Impulsif	42
2.2.6	Pengaruh Takut Ketinggalan Dalam Memediasi Hubungan Antara Kelangkaan dan Pembelian Impulsif	44
2.2.7	Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Penyesalan	45
2.2.8	Pengaruh Penyesalan Terhadap Getok Tular Negatif.....	46
2.1	Model Penelitian.....	48
BAB III		51
METODE PENELITIAN		51
3.1	Desain Penelitian	51
3.2	Populasi dan Sampel	51
3.3	Metode Pengumpulan Data	53
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.4.1	Kelangkaan.....	54
3.4.2	Gairah.....	56
3.4.3	Takut Ketinggalan	57
3.4.4	Pembelian Impulsif	58
3.4.5	Penyesalan.....	59
3.4.6	Getok Tular Negatif	60
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	61
3.6	Mitigasi Bias Penelitian.....	63
3.6.1	<i>Common Method Bias</i>	63
3.6.2	<i>Social Desirability Bias</i>	64
3.7	Metode Analisis Data	66
3.7.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
3.7.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
3.7.3	Uji Hipotesis	76
3.7.4	Model Konstruk Multidimensional	77
3.7.5	Uji Instrumen Sampel Kecil.....	82
3.7.6	Pengujian Indikator Formatif (Sampel Kecil).....	86

3.7.7	Pengujian Indikator Reflektif (Sampel Kecil).....	88
BAB IV		93
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		93
4.1	Hasil Pengumpulan Data	93
4.2	Profil Responden	94
4.4	Pengujian Indikator Reflektif	99
4.4.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	100
4.4.2	Statistik Deskriptif	103
4.4.3	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	108
4.5	Uji Hipotesis.....	113
4.6	Pembahasan	117
4.6.1	Kelangkaan berpengaruh positif terhadap gairah.....	119
4.6.2	Kelangkaan berpengaruh positif terhadap takut ketinggalan	121
4.6.3	Gairah berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif.....	123
4.6.4	Takut ketinggalan berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif 124	
4.6.5	Gairah memediasi hubungan positif antara kelangkaan dan pembelian impulsif	126
4.6.6	Takut ketinggalan memediasi hubungan positif antara kelangkaan dan pembelian impulsif.....	128
4.6.7	Pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap penyesalan.....	129
4.6.8	Penyesalan berpengaruh positif terhadap getok tular negatif	131
BAB V		134
SIMPULAN DAN SARAN		134
5.1	Simpulan.....	134
5.2	Implikasi Manajerial.....	136
5.3	Implikasi Empiris	141
5.4	Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	142
DAFTAR PUSTAKA		146
LAMPIRAN		166
Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian	166
Lampiran 2	: Hasil Uji Sampel Kecil (n=35)	176
Lampiran 3	: Hasil Uji Sampel Besar (n=368).....	181