

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Latar Belakang	1
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Pertanyaan Penelitian	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
1.7. Sistematika Penulisan	11
1.8. Simpulan	12
BAB II LANDASAN TEORITIS	13
2.1. Pendahuluan.....	13
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Teori Determinasi Diri (Self-Determination Theory)	13
2.2.2. Takut Ketinggalan	17
2.2.3. Kecanduan Bermedia Sosial	19
2.2.4. Kesadaran Penuh	21
2.2.5. Pembelian Impulsif	23
2.3. Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1. Takut Ketinggalan dan Pembelian Impulsif	25

2.3.2. Takut ketinggalan dan Kecanduan Bermedia Sosial	28
2.3.3. Kecanduan Bermedia Sosial dan Pembelian Impulsif.....	29
2.3.4. Peran Mediasi Kecanduan Bermedia Sosial	32
2.3.5. Peran Moderasi Kesadaran Penuh	35
2.4. Model Penelitian	38
2.5. Simpulan	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Pendahuluan	40
3.2. Desain Penelitian	40
3.3. Definisi Operasional Variabel	41
3.3.1. Takut Ketinggalan	42
3.3.2. Kecanduan Bermedia Sosial	43
3.3.3. Kesadaran Penuh	45
3.3.4. Pembelian Impulsif.....	47
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.5. Uji Instrumen Penelitian	50
3.5.1. Uji Validitas	51
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	53
3.6. Teknik Pengumpulan Data	53
3.7. Teknik Analisis Data	54
3.8. Uji Hipotesis	56
3.8.1. Analisis Variabel Mediasi (Model 4)	56
3.8.2. Analisis Variabel Moderasi (Model 5).....	57
3.9. Uji Instrumen Sampel Kecil.....	58
3.9.1. Data Kualitatif.....	59
3.9.2. Data Kuantitatif	63
3.10. Simpulan	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Pendahuluan	67
4.2. Data Penelitian	67
4.3. Uji Normalitas, Outlier, Uji Beda	69

4.4. Profil Responden	74
4.5. Uji Data Kuantitatif (n=208).....	77
4.5.1. Uji Model Pengukuran.....	77
4.5.2. Uji <i>Common Method Bias</i> dan Multikolinieritas	82
4.6. Statistik Deskriptif	83
4.7. Penguji Hipotesis	86
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.8.1 Takut Ketinggalan Terhadap Pembelian Impulsif.....	89
4.8.2. Takut Ketinggalan Terhadap Kecanduan Bermedia Sosial.....	91
4.8.3. Kecanduan Bermedia Sosial Terhadap Pembelian Impulsif.....	94
4.8.4. Kecanduan Bermedia Sosial Memediasi Hubungan Takut Ketinggalan..	95
4.8.5. Kesadaran Penuh Memoderasi Hubungan Negatif Takut Ketinggalan Terhadap Pembelian	98
BAB V SIMPULAN.....	100
5.1. Pendahuluan.....	101
5.2. Simpulan.....	101
5.3. Implikasi Penelitian.....	104
5.3.1. Implikasi Praktis.....	104
5.3.2. Implikasi Empiris.....	109
5.4. Keterbatasan dan Saran.....	111
5.5. Simpulan.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115