

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2.1 Celah Teoretis.....	9
1.2.2 Celah Empiris.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Motivasi Penelitian	16
1.6 Kontribusi Penelitian.....	16
1.6.1 Kontribusi Teoretis.....	17
1.6.2 Kontribusi Empiris.....	18
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	19
1.8 Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Teori Pembelian Impulsif.....	21
2.1.2 Teori Komoditas.....	23
2.1.3 Teori Efek <i>Bandwagon</i>	24
2.1.4 Teori Disonansi Kognitif.....	24
2.1.5 Keinovatifan Konsumen	25
2.1.6 Tekanan Waktu	26

2.1.7 Klaim Kelangkaan	27
2.1.8 Klaim Popularitas.....	28
2.1.9 Pembelian Impulsif	29
2.1.10 Penyesalan.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1 Pengaruh Keinovatifan Konsumen pada Pembelian Impulsif	34
2.3.2 Pengaruh Tekanan Waktu pada Pembelian Impulsif.....	36
2.3.3 Pengaruh Klaim Kelangkaan pada Pembelian Impulsif	37
2.3.4 Pengaruh Klaim Popularitas pada Pembelian Impulsif.....	38
2.3.5 Pengaruh Pembelian Impulsif pada Penyesalan.....	39
2.3 Model dan Uraian Teoretis	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Sampel dan Responden Penelitian	44
3.3 Definisi Operasional dan Instrumen Penelitian.....	46
3.3.1 Keinovatifan Konsumen	46
3.3.2 Tekanan Waktu	47
3.3.3 Klaim Kelangkaan	48
3.3.4 Klaim Popularitas.....	48
3.3.5 Pembelian Impulsif	49
3.3.6 Penyesalan.....	50
3.4 Uji Kualitas Instrumen	51
3.4.1 Uji Validitas.....	51
3.4.2 Uji Reliabilitas	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Metode Analisis Data	56
3.6.1 Analisis Deskriptif	56
3.6.2 Analisis Hubungan Antar Variabel	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	60
4.2 Demografi Responden.....	61
4.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	69

4.3.1 Uji Validitas.....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas	74
4.4 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif Variabel.....	75
4.5 Hasil Pengujian Hubungan Antar Variabel	80
4.5.1 Hasil Uji Multikolinearitas	81
4.5.2 Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.5.3 Nilai <i>Effect Size</i> (f^2).....	82
4.5.4 Nilai Kekuatan Prediksi Model (Q^2).....	84
4.5.5 Hasil Pengujian Hipotesis	84
4.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	87
4.6.1 Keinovatifan Konsumen pada Pembelian Impulsif	88
4.6.2 Tekanan Waktu pada Pembelian Impulsif.....	90
4.6.3 Klaim Kelangkaan pada Pembelian Impulsif	91
4.6.4 Klaim Popularitas pada Pembelian Impulsif.....	94
4.6.5 Pembelian Impulsif pada Penyesalan.....	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Implikasi.....	99
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	99
5.2.2 Implikasi Praktis	101
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	118