

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Perilaku Keuangan (<i>Behavioral Finance</i>).....	12
2.1.1 <i>Mental accounting</i>	13
2.3 Prospect Theory	15
2.4 Literasi Keuangan	17
2.5 <i>Paylater</i>	18
2.6 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	20
2.6.1 Pengaruh Bias <i>Mental Accounting</i> terhadap Keputusan dan Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i>	20
2.6.2 Peran Literasi Keuangan dalam Memperlemah Pengaruh Bias <i>Mental Accounting</i> terhadap Keputusan dan Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i>	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Definisi Operasional Variabel	26

3.2.1	Bias <i>Mental accounting</i>	27
3.2.2	Literasi Keuangan.....	28
3.2.3	Keputusan Pembiayaan Belanja <i>Online</i> Impulsif.....	33
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.4	Instrumen Penelitian.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.6.3	Statistik Deskriptif.....	36
3.6.4	Regresi Probit	37
3.6.5	Regresi Ordered Probit	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil	39
4.1.1	Statistik Deskriptif.....	39
4.1.2	Pengujian Hipotesis	48
4.1.2.1	Pengaruh Bias <i>Mental Accounting</i> terhadap Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> sebagai Metode Pembiayaan Belanja <i>Online</i> Impulsif.....	49
4.1.2.2	Pengaruh Bias <i>Mental Accounting</i> terhadap Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i> sebagai Metode Pembiayaan Belanja <i>Online</i> Impulsif.....	50
4.1.2.3	Peran Literasi Keuangan dalam Memperlemah Pengaruh Bias <i>Mental</i> <i>Accounting</i> terhadap Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> sebagai Metode Pembiayaan Belanja <i>Online</i> Impulsif.....	52
4.1.2.4	Peran Literasi Keuangan dalam Memperlemah Pengaruh Bias <i>Mental</i> <i>Accounting</i> terhadap Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i> sebagai Metode Pembiayaan Belanja <i>Online</i>	54
4.2	Pembahasan.....	56
4.2.1	Pengaruh Bias <i>Mental Accounting</i> terhadap Keputusan dan Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i> sebagai Metode Pembiayaan Belanja <i>Online</i> Impulsif.....	57
4.2.2	Peran Literasi Keuangan dalam Memperlemah Pengaruh Bias <i>Mental</i> <i>Accounting</i> terhadap Keputusan dan Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i> sebagai Metode Pembiayaan Belanja <i>Online</i> Impulsif.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi.....	64
5.3 Keterbatasan.....	65
5.4 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	73