

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoretis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kondisi Umum	9
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Grand Theory : Stimulus–Organisme–Respons (SOR)	9
2.2.2 Mental Accounting (Richard Thaler) :	10
2.2.3 Theory of Planned Behavior (TPB) :	11
2.2.4 <i>Paylater</i>	11
2.2.5 <i>Flash sale</i>	12
2.2.6 <i>Impulse buying</i>	12
2.3 Penelitian Terdahulu	13
2.4 Pertanyaan Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Jenis dan/atau Sumber Data	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data	19
3.3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	20
3.3.2 Populasi	20
3.3.3 Sampel.....	21
3.3.4 Teknik Sampling	22
3.4 Definisi Operasional	22

3.5	Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1	Uji Validitas	29
3.5.2	Uji Reliabilitas	30
3.5.3	Analisis Deskriptif	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Deskripsi Data.....	32
4.1.1	Deskripsi Data Umum Responden.....	32
4.1.2	Karakteristik Responden	32
4.2	Hasil Analisis Data.....	36
4.2.1	Uji Validitas	36
4.2.2	Uji Reliabilitas	38
4.2.3	Hasil Analisis Data Deskriptif Kuantitatif	39
4.3	Interpretasi dan Pembahasan.....	67
4.3.1	Tingkat penggunaan <i>paylater</i> pada generasi Z di Yogyakarta.....	68
4.3.2	Tingkat pemanfaatan promosi <i>flash sale</i> pada generasi Z di Yogyakarta	70
4.3.3	Tingkat perilaku <i>impulse buying</i> pada generasi Z di Yogyakarta...	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		83