

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN TEORETIS	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Literasi Ekonomi.....	9
2.1.1.1 Pengertian Literasi Ekonomi.....	9
2.1.1.2 Indikator Literasi Ekonomi.....	10
2.1.2 Kontrol Diri.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kontrol Diri.....	11
2.1.2.2 Jenis-Jenis Kontrol Diri.....	12
2.1.2.3 Indikator Kontrol Diri.....	12
2.1.3 <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	13
2.1.3.1 Pengertian <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	13
2.1.3.2 Gejala <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	14
2.1.3.3 Aspek <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	14
2.1.3.4 Indikator <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	15

2.1.4 Pembelian Impulsif	16
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Impulsif	16
2.1.4.2 Tipe-Tipe Pembelian Impulsif	16
2.1.4.3 Karakteristik Pembelian Impulsif	17
2.1.4.4 Indikator Pembelian Impulsif	17
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	18
2.3 Kerangka Berfikir	20
2.4 Hipotesis Penelitian	23
BAB III PROSEDUR PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Variabel Penelitian.....	24
3.2.1 Operasional Variabel.....	25
3.3 Desain Penelitian	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5.1 Kuesioner.....	29
3.6 Instrumen Penelitian	30
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Teknik Pengolahan Data	35
3.7.2 Analisis Data.....	35
3.8 Langkah-langkah Penelitian	40
3.9 Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.9.1 Waktu Penelitian.....	41
3.9.2 Tempat Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.1.1 Deskripsi Data.....	43
4.1.2 Hasil Analisis Data.....	71

4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik	71
4.1.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.1.2.3 Uji Hipotesis	75
4.1.2.4 Koefisien Determinasi	78
4.2 Pembahasan	80
4.2.1 Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Pembelian Impulsif....	80
4.2.2 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif	82
4.2.3 Pengaruh <i>FOMO</i> Terhadap Pembelian Impulsif	83
4.2.4 Pengaruh Literasi Ekonomi, Kontrol Diri dan <i>FOMO</i> Terhadap Pembelian Impulsif	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92
RIWAYAT HIDUP	185

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Pra Penelitian terkait Pembelian Impulsif	6
2.1 Hasil Penelitian yang Relevan	19
3.1 Operasional Variabel.....	25
3.2 Populasi Penelitian.....	28
3.3 Instrumen Penelitian	30
3.4 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	33
3.5 Batas Data Reliabilitas	34
3.6 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Alternatif Jawaban	35
3.8 Waktu Penelitian.....	42
4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi Belanja <i>Online</i> ..	46
4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengguna Media Sosial	47
4.7 Nilai Jenjang Interval Literasi Ekonomi (X1)	48
4.8 Nilai Jenjang Interval Kontrol Diri (X2).....	50
4.9 Nilai Jenjang Interval <i>FOMO</i> (X3).....	52
4.10 Nilai Jenjang Interval Pembelian Impulsif (Y).....	54
4.11 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Literasi Ekonomi Junior Milenial	55
4.12 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Literasi Ekonomi Senior Milenial.....	56
4.13 <i>Crosstab</i> Pendidikan dengan Literasi Ekonomi Junior Milenial	57
4.14 <i>Crosstab</i> Pendidikan dengan Literasi Ekonomi Senior Milenial	58
4.15 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Kontrol Diri Junior Milenial	59
4.16 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan Kontrol Diri Senior Milenial.....	60
4.17 <i>Crosstab</i> Pendidikan dengan Kontrol Diri Junior Milenial.....	61
4.18 <i>Crosstab</i> Pendidikan dengan Kontrol Diri Senior Milenial	62
4.19 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dengan <i>FOMO</i> Junior Milenial.....	63

4.20 Crosstab Jenis Kelamin dengan <i>FOMO</i> Senior Milenial	64
4.21 Crosstab Pendidikan dengan <i>FOMO</i> Junior Milenial.....	65
4.22 Crosstab Pendidikan dengan <i>FOMO</i> Senior Milenial	66
4.23 Crosstab Jenis Kelamin dengan Pembelian Impulsif Junior Milenial.....	67
4.24 Crosstab Jenis Kelamin dengan Pembelian Impulsif Senior Milenial	68
4.25 Crosstab Pendidikan dengan Pembelian Impulsif Junior Milenial	69
4.26 Crosstab Pendidikan dengan Pembelian Impulsif Senior Milenial	70
4.27 Ringkasan Hasil Uji Normalitas	71
4.28 Ringkasan Hasil Uji Linearitas	72
4.29 Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
4.30 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.31 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.32 Ringkasan Hasil Uji t (Parsial)	75
4.33 Ringkasan Hasil Uji F (Simultan)	77
4.34 Hasil Koefisien Determinasi.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Frekuensi Belanja <i>Online</i> Selama Sebulan Berdasarkan Generasi.....	1
1.2 Persentase Kebiasaan Belanja	2
1.3 Persentase Milenial Sebagai Pengguna Internet dan Media Sosial	3
1.4 Persentase Perencanaan Pengeluaran Per bulan	5
1.5 Persentase Pendapatan Per bulan.....	5
2.1 Kerangka Berfikir	23
3.1 Langkah-langkah Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket Uji Coba Instrumen Penelitian	93
2. Data Responden Uji Coba Instrumen	100
3. Tabulasi Data Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	101
4. Hasil Output Uji Validitas	109
5. Hasil Output Uji Reliabilitas	124
6. Angket Penelitian.....	125
7. Data Responden Penelitian.....	131
8. Tabulasi Data Hasil Penelitian	134
9. Hasil Perhitungan Nilai Jenjang Interval (NJI)	158
10. <i>Output</i> Data SPSS Uji Asumsi Klasik	173
11. <i>Output</i> Data SPSS Uji Hipotesis.....	175
12. Surat- Surat Penelitian	176