

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
MOTTO HIDUP	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	11
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Jadwal Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	14
2.1.1.1 Pengaruh yang Mendasari Perilaku Konsumen.....	15
2.1.1.2 Jenis-Jenis Perilaku Konsumen	18
2.1.2 Minat Penggunaan	19
2.1.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	20
2.1.2.2 Indikator Minat Penggunaan.....	22
2.1.3 <i>PayLater</i>	23
2.1.3.1 Keuntungan Penggunaan <i>Paylater</i>	26
2.1.3.2 Risiko Penggunaan <i>Paylater</i>	27
2.1.4 Pendapatan	28
2.1.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	31
2.1.5.2 Indikator Pendapatan	31
2.1.5 Lingkungan Sosial	32
2.1.5.1 Faktor Lingkungan Sosial.....	34
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Membentuk Pengaruh Sosial	34
2.1.5.3 Indikator Lingkungan Sosial.....	35

2.1.6 Pembelian Impulsif	36
2.1.6.1 Faktor-Faktor Pembelian Impulsif.....	37
2.1.6.2 Jenis-Jenis Pembelian Impulsif.....	39
2.1.6.3 Indikator Pembelian Impulsif	40
2.1.7 Gaya Hidup	40
2.1.7.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	42
2.1.7.2 Indikator Gaya Hidup	43
2.1.8 Nilai Harga.....	44
2.1.9.1 Indikator Nilai Harga.....	45
2.1.6 Penelitian Terdahulu	45
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.2.1 Hubungan Pendapatan dengan Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	51
2.2.2 Hubungan Lingkungan Sosial dengan Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	52
2.2.3 Hubungan Pembelian Impulsif dengan Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	52
2.2.4 Hubungan Gaya Hidup dengan Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	53
2.2.5 Hubungan Nilai Harga dengan Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	54
2.3 Hipotesis	55
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	57
3.1 Objek Penelitian	57
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.2.1 Operasional Variabel.....	58
3.2.2 Skala Pengukuran Variabel.....	60
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.4 Jenis Data Populasi dan Sampel.....	61
3.2.4.1 Populasi	61
3.2.4.2 Sampel	62
3.3 Teknik Analisis Data	65
3.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	65
3.3.1.1 Uji Validitas.....	66
3.3.1.2 Uji Reliabilitas	66
3.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	67
3.3.2.1 <i>Goodness of Fit</i>	68
3.3.2.2 Nilai <i>R-Square</i>	68
3.3.2.3 <i>Effect Size (F-Square)</i>	69

3.3.3 Uji Hipotesis	69
3.3.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Hasil Penelitian.....	71
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	72
4.1.1.1 Karakteristik Responden.....	72
4.1.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	78
4.1.2 Analisis Data Hasil Pengujian	90
4.1.2.1 Perencanaan Model Pengukuran (<i>Outer model</i>).....	90
4.1.2.1.1 <i>Convergent Validity</i> (Uji Validitas)	91
4.1.2.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	93
4.1.2.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
4.1.2.2.1 <i>Goodness of Fit</i>	95
4.1.2.2.2 <i>R-Square</i>	96
4.1.2.2.3 <i>F-Square</i>	96
4.1.2.3 Pengujian Hipotesis	97
4.1.2.3.1 Uji Parsial (Uji t)	97
4.2 Pembahasan	100
4.2.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i> ...	100
4.2.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i>	102
4.2.3 Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Minat Penggunaan Fitur <i>paylater</i>	103
4.2.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i> ..	105
4.2.5 Pengaruh Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i> ...	106
4.2.6 Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan Fitur <i>Paylater</i> Pada Mahasiswa Universitas Siliwangi.....	107
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Simpulan.....	109
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	118
RIWAYAT HIDUP	152

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Jadwal Penelitian	13
Tabel 2.1 Lima Karakteristik Situasi Konsumen	33
Tabel 2.2 Dimensi Gaya Hidup Activity, Interest, dan Opinion (AIO).....	42
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.2 Skala Likert	60
Tabel 3.3 Data Jumlah Mahasiswa S1 Universitas Siliwangi.....	62
Tabel 3.4 Penetapan Jumlah Sampel Berdasarkan Program Studi	64
Tabel 4.1 Jumlah Sampel	71
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	73
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Keseluruhan Pengeluaran.....	76
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan	76
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan	77
Tabel 4.9 Distribusi Respon Variabel Pendapatan.....	79
Tabel 4.10 Distribusi Respon Variabel Lingkungan Sosial.....	80
Tabel 4.11 Distribusi Respon Variabel Pembelian Impulsif.....	82
Tabel 4.12 Distribusi Respon Variabel Gaya Hidup.....	85
Tabel 4.13 Distribusi Respon Variabel Nilai Harga	86
Tabel 4.14 Distribusi Respon Variabel Minat Penggunaan	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Konvergen	91
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Konvergen AVE dan Realibilitas.....	92
Tabel 4.17 Hasil Validitas Diskriminan Menggunakan Fornell-Larcker.....	94
Tabel 4.18 Perhitungan Uji <i>Goodness of Fit</i>	95
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Inner Model Berdasarkan Nilai <i>R-Square</i>	96
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>F-Square</i>	96
Tabel 4.21 Hasil Path Coefficient	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Pembayaran yang Digunakan Belanja Online (%)	2
Gambar 1.2 Jumlah Kontrak Pembiayaan <i>Paylater</i> di Indonesia	3
Gambar 1.3 Produk yang Dibeli Menggunakan <i>Paylater</i> Maret 2023 (%)	4
Gambar 1.4 Pengguna <i>Paylater</i> Menurut Kelompok Usia Tahun 2023 (%).....	6
Gambar 2.1 Pergeseran Kurva Permintaan	30
Gambar 2.2 Kerangka Kerja SOR.....	37
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 3.1 Model Persamaan Struktural	67
Gambar 4.1 Hasil <i>Bootstrapping</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2 Tabulasi Sebelum Reduksi	123
Lampiran 3 Tabulasi Setelah Reduksi.....	136
Lampiran 4 Hasil Uji Perencanaan Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	146
Lampiran 5 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	148
Lampiran 6 Hasil <i>Bootstrapping</i>	149