

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Batasan Masalah	17
1.4 Rumusan Masalah	19
1.5 Tujuan Penelitian	19
1.6 Manfaat Penelitian	19
	xiii

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	21
2.1.1 Definisi membeli	21
2.1.2 Definisi Pembelian Impulsif	27
2.1.3 Tipe-Tipe Pembelian Impulsif	28
2.1.4 Karakteristik Pembelian Impulsif.....	28
2.1.5 Elemen Pembelian Impulsif	29
2.2 Kontrol Diri	30
2.2.1 Definisi Kontrol Diri	30
2.2.2 Aspek Kontrol Diri	31
2.3 Remaja Putri	34
2.3.1 Definisi Remaja Putri	34
2.3.2 Tahap perkembangan Remaja Putri	35
2.3.3 Aspek-Aspek Perkembangan Remaja	36
2.4 Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Putri	38
2.5 Kerangka Konseptual	41
2.6 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Tipe Penelitian	43
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	43

3.3 Definisi Operasioanal Variabel Penelitian	44
3.3.1 Variabel Bebas (Kontrol Diri)	44
3.3.2 Variabel Terikat (<i>Impulsive Buying</i>)	45
3.4 Subjek Penelitian	45
3.4.1 Populasi Penelitian	45
3.4.2 Sampel Penelitian	46
3.5 Teknik Pengambilan Data	46
3.5.1 Alat Ukur Kontrol Diri	47
3.5.2 Alat Ukur <i>Impulsive Buying</i>	47
3.6 Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur	49
3.6.1 Validitas Alat Ukur	49
3.6.2 Reliabilitas Alat Ukur	49
3.7 Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian	53
4.2 Pelaksanaan Penelitian	58
4.2.1 Persiapan Penelitian	58
4.2.2 Persiapan Instrumen Penelitian	59
4.2.3 Pengambilan Data	60

4.3 Hambatan Penelitian	60
4.4 Hasil Penelitian	61
4.4.1 Hasil Data Deskriptif	61
4.4.2 Deskripsi Subjek Berdasarkan Kategorisasi	63
4.4.3 Uji Normalitas	65
4.4.4 Uji Linearitas	66
4.4.5 Uji Korelasi	68
4.5 Pembahasan	70
4.7 Keterbatasan Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penggunaan Internet di Indonesia	2
Tabel 1.2	Penggunaan E-Commerce di Indonesia	2
Tabel 1.3	Survei Awal.....	10
Tabel 3.1	<i>Blue Print</i> Skala Kontrol Diri.....	47
Tabel 3.2	<i>Blue Print</i> Skala <i>Impulsive Buying</i>	48
Tabel 3.3	Reliabilitas Skala Kontrol Diri	50
Tabel 3.4	Reliabilitas Skala <i>Impulsive Buying</i>	50
Tabel 3.5	Realibilitas Skala Kontrol Diri Setelah Pengambilan Data	51
Tabel 3.6	Realibilitas Skala <i>Impulsive Buying</i> Setelah Pengambilan Data	51
Tabel 4.1	Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2	Karakteristik Subjek Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.3	Karakteristik Subjek Berdasarkan Kategori Lain-Lain	55
Tabel 4.4	Karakteristik Subjek Berdasarkan Pendapatan	56
Tabel 4.5	Karakteristik Subjek Berdasarkan Pembelian Online Dalam Kurun Waktu Satu Tahun	57
Tabel 4.6	Karakteristik Subjek Berdasarkan Pembelian Online Tidak Terencana Dalam Satu Bulan Terakhir	58
Tabel 4.7	Hasil Data Deskriptif	61

Tabel 4.8	Norma Kategorisasi	63
Tabel 4.9	Norma Kategorisasi Kontrol Diri	64
Tabel 4.10	Norma Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i>	64
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Pada Variabel Kontrol Diri	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Pada Variabel <i>Impulsive Buying</i>	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas	67
Tabel 4.14	Hasil Uji Korelasi	68
Tabel 4.15	Interpretasi Kekuatan Korelasi	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Korelasi Dimensi Kontrol Diri Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	41
Gambar 3.1	Hubungan Variabel Penelitian	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pilot Study	83
Lampiran 2	Lembar Kueioner	84
Lampiran 3	Data Kasar	104
Lampiran 4	Hasil Uji Analisis Data.....	137