

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
2.1 Kajian Teoritis	17
2.1.1 Perilaku Pembelian Impulsif	17
2.1.2 <i>Impulsive Buying</i> pada Produk Fashion	23
2.1.3 Kontrol Diri	24
2.1.4 Konformitas Teman Sebaya	27
2.1.5 Gaya Hidup	31
2.2 Penelitian yang Relevan	34
2.3 Kerangka Berpikir	37
2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.2.1 Populasi Penelitian	42
3.2.2 Sampel Penelitian	43
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	43

3.3.1	Variabel Penelitian	43
3.3.2	Defenisi Operasional	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	48
3.5.1	Uji Validitas	48
3.5.2	Uji Reliabilitas	49
3.6	Uji Asumsi Klasik	50
3.6.1	Uji Normalitas Data	50
3.6.2	Uji Linearitas Data	50
3.6.3	Uji Multikolinearitas	51
3.7	Teknik Analisis Data	52
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.8	Uji Hipotesis.....	53
3.8.1	Uji Parsial (Uji T).....	53
3.8.2	Uji Simultan (Uji F)	53
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1	Pelaksanaan Penelitian	55
4.2	Uji Instrumen Penelitian.....	55
4.2.1	Uji Validitas Variabel Penelitian	56
4.2.2	Uji Realibilitas Variabel Penelitian.....	60
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.3	Uji Asumsi Klasik	77
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	77
4.3.2	Uji Linearitas Data	80
4.3.3	Uji Multikolinearitas	82
4.4	Teknik Analisis Data	84
4.4.1	Analisis Linier Berganda.....	84
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	85
4.5.1	Hasil Uji Hipotesis (Uji – T/Parsial).....	85

4.5.2 Hasil Uji F Simultan	87
4.5.3 Koefisien Determinasi R^2	88
4.6 Pembahasan Hasil.....	89
4.6.1 Pengaruh Kontrol Diri (X1) terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk <i>Fashion</i>	89
4.6.2 Pengaruh Konformitas Teman Sebaya (X2) Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk <i>Fashion</i>	91
4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup (X3) Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk <i>Fashion</i>	92
4.6.4 Pengaruh Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk <i>Fashion</i>	93
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
Lampiran	100

