

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Kontribusi Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	18
2.1.3 <i>Materialism</i>	20
2.1.4 <i>PayLater Use</i>	25

2.1.5 <i>Online Impulse Buying</i>	28
2.1.6 <i>Compulsive Buying</i>	31
2.1.7 <i>Financial Literacy</i>	36
2.1.8 Hubungan Antar Variabel	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Kerangka Pemikiran	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	57
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN	60
3.1 Jenis Penelitian	60
3.2 Operasional Variabel	61
3.2.1 Operasional Variabel	61
3.2.2 Skala Pengukuran	68
3.3 Tahapan Penelitian	69
3.4 Populasi dan Sampel	71
3.4.1 Populasi.....	71
3.4.2 Sampel	71
3.5 Pengumpulan Data	72
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	73
3.6.1 Teknik Analisis Data	73
3.6.2 Analisis Deskriptif	73
3.6.3 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	75
3.7 Uji Validasi dan Reliabilitas.....	76
3.7.1 Uji Validasi	76
3.7.2 Uji Reliabilitas	79
3.8 Metode Analisis Data.....	80
3.8.1 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	80
3.8.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	81

3.8.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83
3.9 Uji Hipotesis.....	84
3.10 Efek Mediasi	84
3.11 Efek Moderasi.....	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Pengumpulan Data	87
4.2 Karakteristik Responden	87
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	89
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	90
4.2.5 Jenis PayLater yang Banyak Digunakan.....	91
4.3 Hasil Penelitian.....	92
4.3.1 Analisis Deskriptif	92
4.3.2 Pengujian <i>Outer Model</i>	116
4.3.3 Pengujian <i>Inner Model</i>	124
4.4.4 <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	130
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	131
4.4.6 <i>Moderating Effect</i>	134
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	145
5.1 Kesimpulan.....	145
5.2 Saran	148
5.2.1 Saran Bagi Pengguna PayLater.....	149
5.2.2 Saran Bagi perusahaan.....	150
5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....	152
LAMPIRAN.....	162