

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	x5
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Manajemen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen	14
2.1.4 Gaya Hidup	15
2.1.5 Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	18

2.1.6	Perilaku Konsumtif	19
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Pemikiran	27
2.4	Hipotesis Penelitian	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1	Metode Penelitian.....	32
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2.1	Tempat Penelitian	32
3.2.2	Waktu Penelitian	32
3.3	Desain Penelitian.....	33
3.4	Definisi Operasional Variabel	35
3.4.1	Definisi Konseptual.....	35
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1	Sumber Data Penelitian.....	37
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.3	Teknik Skala.....	38
3.6	Teknik Penentuan Data	39
3.6.1	Populasi Penelitian	39
3.6.2	Sampel Penelitian.....	39
3.6.3	Teknik <i>Sampling</i>	40
3.7	Rancangan Deskriptif.....	41
3.8	Rancangan Verifikatif	43
3.8.1	Transformasi Data.....	43
3.8.2	Analisis Jalur.....	43
3.8.3	Analisis <i>Outer Model</i>	44
3.8.4	Analisis <i>Inner Model</i>	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.2	Gambaran Perusahaan Shopee	46
4.3	Karakteristik Responden	47
4.4	Analisis Deskriptif Responden	53

4.5	Analisis Verifikatif	59
4.6	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.6.1	<i>Convergent Validity</i>	60
4.6.2	<i>Discriminant Validity</i>	63
4.6.3	<i>Composite Reliability</i>	64
4.7	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.7.1	<i>R-Square</i>	65
4.7.2	Pengujian Hipotesis	66
4.7.1	Pengujian Efek Mediasi	67
4.8	Pembahasan Deskriptif.....	68
4.9	Pembahasan Verifikatif	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
4.1	Kesimpulan.....	75
4.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		82

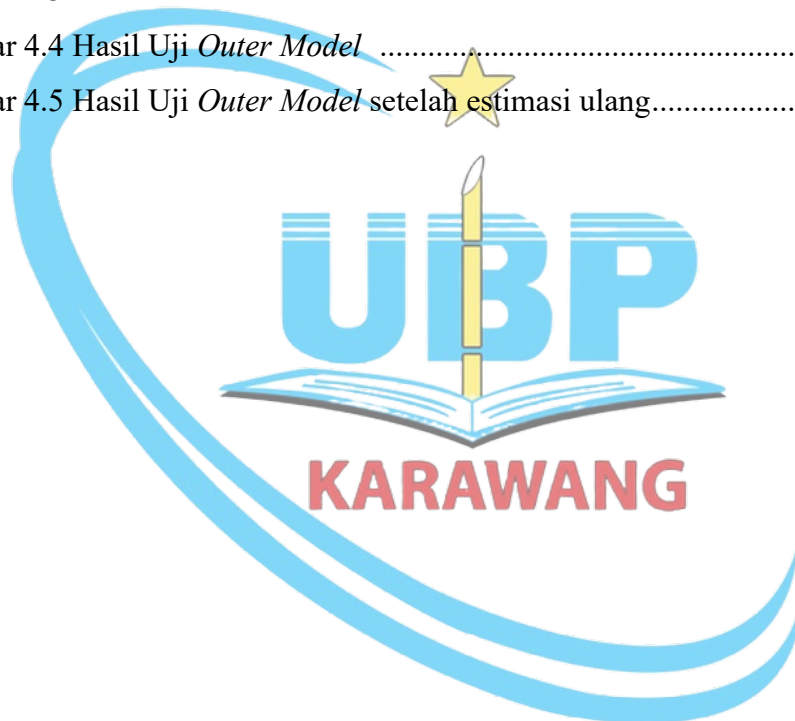


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Inventarisasi Gaya Hidup.....	19
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	43
Tabel 3.4 Data Mahasiswa Manajemen Pengguna Shopee <i>Paylater</i>	44
Tabel 3.5 Analisis Rentang Skala	47
Tabel 4.1 Data Responden	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	57
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	58
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tagihan Bulanan	59
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Batas Waktu Pembayaran Shopee <i>Paylater</i>	59
Tabel 4.9 Hasil Rekapitulasi Variabel Gaya Hidup (X)	61
Tabel 4.10 Hasil Rekapitulasi Variabel Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> (M)	63
Tabel 4.11 Hasil Rekapitulasi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	65
Tabel 4.12 Hasil Nilai <i>Outer Loading</i>	68
Tabel 4.13 Hasil Nilai <i>Outer Loading</i> Sudah di Eliminasi	69
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	70
Tabel 4.15 Nilai <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.17 <i>R-Square</i>	73
Tabel 4.18 Hasil T Statistik.....	74
Tabel 4.19 <i>Specific Indirect Effects</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Paling Sering Digunakan untuk <i>Paylater</i>	4
Gambar 1.2 Rasio Transaksi <i>E-commerce</i> Terhadap Pendapatan Bulanan	6
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	33
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	38
Gambar 3.2 <i>Bar Scale</i>	48
Gambar 4.1 Skala Baris Variabel Gaya Hidup	62
Gambar 4.2 Skala Baris Variabel Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	64
Gambar 4.3 Skala Baris Variabel Perilaku Konsumtif	66
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	67
Gambar 4.5 Hasil Uji <i>Outer Model</i> setelah estimasi ulang.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	91
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	97
Lampiran 3 Hasil SMartPLS.....	106

