DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 10

1.2.1 Identifikasi masalah..... 10

1.2.2 Rumusan masalah..... 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1. Maksud Penelitian 11

1.3.2. Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 12

1.4.1. Kegunaan Praktis 12

1.4.2. Kegunaan Akademis 12

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

1.5.1. Lokasi Penelitian 12

1.5.2. Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESI

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1. Kecanduan Internet 14

2.1.1.1. Definisi Kecanduan Internet 14

2.1.1.2. Faktor-faktor Kecanduan Internet..... 15

2.1.1.3.Tanda-tanda Kecanduan Internet 17

2.1.1.4. Indikator Kecanduan Internet 18

2.1.2 Daya Tarik Iklan Internet 19

2.1.2.1. Definisi Daya Tarik Iklan 19

2.1.2.2. Definisi Daya Tarik Internet 20

2.1.2.3. Karakteristik Daya Tarik Iklan Internet 21

2.1.2.4 Indikator Daya Tarik Intenet Advertising 22

2.1.3. Kepemilikan Kartu Kredit 22

2.1.3.1. Definisi Kepemilikan Kartu Kredit 22

2.1.3.2. Indikator Kepemilikan Kartu Kredit..... 24

2.1.4. Impulsif Buying..... 24

2.1.4.1 Definisi Impulsif Buying 24

2.1.4.2 Karakteristik Impulsif Buying 25

2.1.4.3 Tipe Impulsif Buying 26
2.1.4.4 Indikator Pembelian Impulsif Online 27
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 27
2.2. Kerangka Pemikiran 30
2.2.1. Hubungan antara Kecanduan Internet Terhadap Perilaku pembelian Implusif 33
2.2.2. Hubungan antara Daya Tarik Iklan Internet terhadap Perilaku Pembelian Impusif 34
2.2.3. Hubungan antara Kepemilikan Kartu Kredit terhadap Perilaku Pembelian Impulsif 35
2.3. Hipotesis 35

BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN 36
3.1. Objek Penelitian 36
3.2. Metode Penelitian 37
3.2.1. Desain Penelitian 38
3.2.2. Operasionalisasi Variabel 42
3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan data 46
3.2.3.1. Sumber Data 46
3.2.3.2. Teknik Penentuan Data 46
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data 48
3.2.4.1. Uji Validitas 51

3.2.4.2. Uji Reliabilitas 55

3.2.4.3. Uji MSI 58

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 59

3.2.5.1. Rancangan Analisis 59

3.2.5.1.1.Analisis Data Deskriptif..... 60

3.2.5.1.2.Analisis Data Verifikatif 62

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis..... ... 67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 70

4.1. Gambaran Umum Perusahaan 70

4.2. Karakteristik Responden 71

4.3. Analisis Deskriptif..... 73

4.3.1.Tanggapan Responden Mengenai Kecanduan Internet 73

4.3.2.Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Iklan... 80

4.3.3.Tanggapan Responden Mengenai Kepemilikan Kartu Kredit 84

4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Pembelian Impulsif 88

4.4. Analisis Verifikatif..... 92

4.4.1.Persamaan Regresi Linier Berganda 92

4.4.2.Uji Asumsi Klasik..... 94

4.4.3.Analisis Korelasi 98

4.4.4.Analisis Koefisien Determinasi..... 101

4.4.5.Uji Hipotesis 103

4.4.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji T)..... 103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 104

5.1. Kesimpulan..... 104

5.2. Saran 105

DAFTAR PUSTAKA