

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Ruang Lingkup dan keterbatasan penelitian .....	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Perilaku Pembelian Impulsif .....	17

1. Perilaku Konsumen.....	18
2. Dorongan Untuk Membeli .....	18
3. Motif-Motif Pembelian .....	19
4. Pengertian <i>Impulsive Buying</i> .....	21
5. Karakteristik Pembelian Impulsif .....	24
6. Aspek-Aspek <i>Impulsive Buying</i> .....	24
7. Faktor Pemicu Pembelian Impulsif.....	26
8. Dampak Negatif Pembelian Impulsif.....	30
B. Literasi Keuangan .....	31
1. Pengertian Literasi Keuangan .....	31
2. Tingkat Literasi Keuangan.....	34
3. Indikator Literasi Keuangan.....	35
4. Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Pembelian Impulsif .....	36
C. Lingkungan Sosial.....	37
1. Pengertian Lingkungan Sosial .....	37
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lingkungan Sosial .....	39
3. Hubungan Lingkungan Sosial dengan Perilaku Pembelian Impulsif .....	41
D. Tingkat Pendapatan.....	42
1. Pengertian Tingkat Pendapatan.....	42
2. Faktor dan Pemicu yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan .....	44
3. Sumber Dan Jenis Tingkat Pendapatan.....	45
4. Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Perilaku Pembelian Impulsif .....	47
E. <i>Online Shop Dan E-Commerce</i> .....	47
1. Belanja Online.....	47
2. E-Commerce .....	48
3. Jenis-Jenis E-Commerce .....	49
F. Masyarakat Generasi Z .....	51

1. Pengertian Gen Z .....	51
2. Sikap Gen Z dalam Berbelanja .....	52
3. Fungsi yang Membentuk Konsumen .....	53
G. Penelitian Terdahulu .....	54
H. Kerangka Konseptual .....	62
I. Hipotesis Penelitian.....	62
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	65
B. Populasi, Sampling Dan Teknik Pengambilan Sempel.....	65
C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukuran .....	67
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrument.....	69
E. Teknik Analisis Data.....	73
F. Pengujian Hipotesis.....	78
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	82
B. Karakteristik Responden .....	82
C. Analisis Data .....	83
<b>BAB V : PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Masyarakat Generasi Z di Kota Kediri .....	97
B. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Masyarakat Generasi Z di Kota Kediri .....	99
C. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Masyarakat Generasi Z di Kota Kediri .....	101
D. Pengaruh Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Pembelian impulsif pada Masyarakat Generasi Z di Kota Kediri.....	103

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 105

B. Saran..... 106

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**