

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Hasil Penelitian	7
E. Kerangka Berpikir	8
F. Hipotesis	12
G. Hasil Penelitian Terdahulu	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Nafs	16
1. Pengertian <i>Nafs</i>	16
2. Aspek-aspek <i>Nafs</i>	19
3. Dampak <i>Nafs</i> Berdasarkan Tingkatannya.....	25
B. Kecenderungan <i>Impulsive Buying</i>	28
1. Pengertian Kecenderungan <i>Impulsive Buying</i>	28
2. Aspek-aspek Kecenderungan <i>Impulsive Buying</i>	29
3. Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan <i>Impulsive Buying</i>	30
4. Dampak Kecenderungan <i>Impulsive Buying</i>	31
C. <i>E-commerce</i> Shopee	32
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	32

2. Klasifikasi <i>E-commerce</i>	34
3. Pengertian Shopee	34
4. Kelebihan dan Kelemahan Shopee	36
D. Mahasiswa	38
1. Pengertian Mahasiswa	38
2. Ciri-ciri Mahasiswa	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	40
B. Jenis dan Sumber Data	40
C. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Variabel Penelitian dan Alat Ukurnya	41
2. Analisis Psikometri Alat Ukur	51
3. Subjek Penelitian	56
D. Teknik Analisis Data	59
1. Kategorisasi Skor	59
2. Konversi Skala	61
3. Metode Pengolahan Data	62
4. Pengujian Hipotesis	64
E. Tempat dan Waktu Penelitian	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Deskripsi Data	66
1. Profil Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	66
2. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	67
3. Data Hasil Penelitian	68
B. Pengujian Hipotesis Penelitian	70
1. Uji Asumsi	70
2. Uji Hipotesis	71
3. Gambaran Empiris Variabel Penelitian	72
C. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V PENUTUP	77
A. Simpulan	77

B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	82
RIWAYAT HIDUP PENULIS	95

