

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	28
1.3 Tujuan Penelitian	29
1.4 Manfaat Penelitian	30
1.5 Sistematika Penulisan	30
BAB II TELAAH PUSTAKA	32
2.1 Landasan Teori.....	32
2.1.1 Teori	32
2.1.2 Pembelian Impulsif	34
2.1.3 Emosi Positif	35
2.1.4 Promosi Penjualan.....	36
2.1.5 Atmosfer Toko.....	37
2.1.6 Motivasi Belanja Hedonis	37
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran	43
2.3 Hubungan Antar Variabel	44
2.3.1 Promosi Penjualan dan Emosi Positif	44
2.3.2 Atmosfer Toko dan Emosi Positif	45
2.3.3 Motivasi Belanja Hedonis dan Emosi Positif.....	46

2.3.4	Emosi Positif dan Pembelian Impulsif.....	47
2.4	Hipotesis	48
BAB III	METODE PENELITIAN	49
3.1	Landasan Teori.....	49
3.1.1	Variabel Penelitian	49
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	50
3.2	Populasi dan Sampel.....	53
3.2.1	Populasi.....	53
3.2.2	Sampel.....	53
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	55
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	55
3.5	Uji Statistik	56
3.4.1	Uji Validitas.....	57
3.4.2	Uji Realibilitas	59
3.6	Metode Analisis Data.....	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	66
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.2	Gambaran Responden Penelitian	67
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran	69
4.1.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian....	69
4.2	Hasil Analisis Data	70
4.2.1	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	70
4.2.2	Analisis Full Model SEM	74
4.2.3.1	Asumsi SEM	75
BAB V	PENUTUP	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Implikasi Teoritis	91
5.3	Implikasi Manajerial.....	94

5.4 Keterbatasan Penelitian	97
5.5 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	118