

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Persetujuan | ii |
| Pernyataan Orisinalitas Skripsi | iii |
| Motto dan Persembahan | iv |
| Abstraksi | v |
| Abstract | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi..... | ix |
| Daftar Tabel | xii |
| Daftar Gambar | xiv |
| Daftar Lampiran | xv |
| | |
| BAB I Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 13 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 13 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian | 14 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 15 |
| | |
| BAB II Telaah Pustaka | 17 |
| 2.1 Landasan Teori | 17 |
| 2.1.1 Konsep Pemasaran | 17 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen | 19 |
| 2.1.3 Ritel Modern | 24 |
| 2.1.4 <i>Impulse Buying</i> | 29 |
| 2.1.5 Emosi Positif | 31 |
| 2.1.6 Respon Lingkungan Belanja | 33 |
| 2.1.6 Interaksi Antara Pelanggan Dan Pelayan Toko | 35 |

| | | |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------|----|
| 2.1.6 | <i>Hedonic Shopping Value</i> | 37 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 40 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran Teoritis | 42 |
| BAB III Metodologi Penelitian | | 44 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 44 |
| 3.2 | Penentuan Populasi dan Sampel..... | 46 |
| 3.2.1 | Populasi | 46 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 46 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data | 49 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 49 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 50 |
| 3.5.1 | Analisis Kuantitatif | 50 |
| 3.5.1.1 | Uji Kualitas Data..... | 51 |
| 3.5.1.2 | Uji Asumsi Klasik | 52 |
| 3.5.1.3 | Uji Regresi Linear Berganda..... | 54 |
| 3.5.1.4 | Pengujian Hipotesis..... | 55 |
| BAB IV Hasil dan Pembahasan | | 59 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 59 |
| 4.1.1 | Sejarah Ritel di Indonesia | 59 |
| 4.1.2 | Gambaran Umum Responden | 60 |
| 4.1.2.1 | Berdasarkan Jenis Kelamin | 61 |
| 4.1.2.2 | Berdasarkan Usia | 62 |
| 4.1.2.3 | Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 63 |
| 4.1.2.4 | Berdasarkan Pekerjaan | 64 |
| 4.1.2.4 | Berdasarkan Produk yang Dibeli | 65 |
| 4.1.3 | Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel | 66 |
| 4.1.3.1 | Variabel Emosi Positif | 67 |
| 4.1.3.2 | Variabel Respon Lingkungan Belanja | 69 |

| | | |
|---------|---------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.3.3 | Variabel Interaksi Antara Pelanggan Dan Pelayan Toko | 71 |
| 4.1.3.4 | Variabel <i>Hedonic Shopping Value</i> | 74 |
| 4.1.3.4 | Variabel <i>Impulse Buying</i> | 76 |
| 4.2 | Analisis Data | 78 |
| 4.2.1 | Uji Kualitas Data | 78 |
| 4.2.1.1 | Uji Validitas | 78 |
| 4.2.1.2 | Uji Reliabilitas | 84 |
| 4.2.2 | Uji Asumsi Klasik | 87 |
| 4.2.2.1 | Uji Multikolinearitas | 87 |
| 4.2.2.2 | Uji Heterokedastisitas | 88 |
| 4.2.2.3 | Uji Normalitas | 90 |
| 4.2.3 | Analisi Regresi Linear Berganda | 92 |
| 4.2.4 | Pengujian Hipotesis | 94 |
| 4.2.4.1 | Koefisien Determinasi | 94 |
| 4.2.4.3 | Uji Parsial t | 95 |
| 4.3 | Pembahasan | 98 |
| BAB V | Penutup | 103 |
| 5.1 | Kesimpulan | 103 |
| 5.2 | Saran dan Implikasi Manajerial | 105 |
| | Daftar Pustaka | 109 |
| | Lampiran | 113 |