

DAFTAR ISI

Halaman Judul	I
Persetujuan Skripsi.....	Ii
Pengesahan Skripsi	Iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	Iv
Motto.....	V
Persembahan	V
Abstraksi	Vi
Abstract.....	Vii
Kata Pengantar	Viii
Daftar Tabel	Xiv
Daftar Gambar	Xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Keputusan Pembelian Impulsif	11
2.2. Perilaku Konsumen.....	14
2.2.1. Teori Perilaku Konsumen	15

2.2.2. Faktor-faktor Perilaku Konsumen	17
2.3. Emosi Positif	18
2.4. Promosi	20
2.5. Atmosfer Gerai	27
2.6. Hubungan Promosi dengan Emosi Positif	31
2.7. Hubungan Atmosfer gerai terhadap Emosi Positif.....	32
2.8. Hubungan Atmosfer Gerai terhadap Impulse Buying.....	33
2.9. Hubungan Promosi terhadap Impulse Buying	34
2.10. Hubungan Emosi Positif Terhadap Impulse Buying.....	35
2.11. Penelitian Terdahulu	36
2.12 Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian	44
3.1.1 Variabel Independen	44
3.1.2 Variabel Intervening	45
3.1.3 Variabel Dependen.....	45
3.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel	49
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	54

3.7 Metode Analisis Data.....	56
3.7.1 Uji Alat Ukur	56
3.7.1.1 Uji Validitas.....	56
3.7.1.1 Uji Reliabilitas.....	56
3.7.2 Analisis angka indeks	57
3.7.3.Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	58
3.7.3.2 Uji Multikoloneritas.....	59
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.7.5 Goodnes Of Fit suatu Model.....	61
3.7.5.1 Uji Ketepatan Model.....	62
3.7.5.1.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	62
3.7.5.1.2 Uji F	62
3.7.5.2 Uji Ketepatan Parameter Tak Terduga.....	63
3.7.5.2.1 Uji t	63
3.7.6 Uji Sobel	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Umum Responden.....	66
4.2 Analisis Data.....	71
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel	71
4.2.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas	82
4.2.2.1 Analisis Validitas.....	82

4.2.2.2 Analisis Reliabilitas	83
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.2.4 Analisis Linier Berganda	94
4.2.5 <i>Goodness Of Fit</i>	97
4.2.6 Pengujian Hipotesis	101
4.2.7 Analisis Intervening.....	104
4.3. Pembahasan	108
BAB V PENUTUP.....	121
5.1 Simpulan	122
5.2 Simpulan atas masalah penelitian	123
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	124
5.4 Saran	124
5.4.1 Saran Bagi Perusahaan.....	125
5.4.2 Saran Bagi Peneliti Yang akan Datang	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN