

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
BAB II	15
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1. Pembelian Impulsif	15
2.1.1 Kecenderungan Pembelian secara Implusif	16
2.1.2 Motivasi Hedonis untuk melakukan pembelian secara impulsif	17
2.2. Hubungan antara eksplorasi belanja dan kecenderungan pembelian secara impulsif	19
2.3. Hubungan antara nilai belanja dan kecenderungan pembelian secara impulsif	20
2.4. Hubungan antara belanja sosial dan kencederungan pembelian secara impulsif	21
2.5. Hubungan antara ide belanja dan kecenderungan pembelian secara impulsif	22
2.6. Hubungan antara relaksasi belanja dan kecenderungan pembelian secara impulsif	23
BAB III	28
METODE RISET	28
3.1 Strategi Riset	28
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	28
3.3 Desain Pengambilan Sampel	33
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	33
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	34
3.3.4. Lokasi Penelitian	35
3.6 Metode Pengumpulan Data	49
3.8.2 Uji Validitas	52

3.8.3 Uji Reliabilitas.....	56
3.9 Metode Analisis Data	57
3.9.1 Regresi Linier Berganda	57
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.9.3 Uji <i>Goodness of Fit</i>	59
BAB IV	64
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Kualitas Data Penelitian	64
4.1.1 Uji Normalitas.....	64
4.1.2 Uji Multikolinearitas	65
4.1.3 Statistik Deskriptif	67
4.2 Uji <i>Goodness of Fit</i> Model	68
4.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.2.2 Uji statistik F	69
4.2.3 Uji statistik t.....	70
4.3 Pengujian Hipotesis	72
4.3.1 Hipotesis Pertama.....	72
4.2.3 Hipotesis Kedua.....	74
4.2.3 Hipotesis Ketiga	76
4.2.4 Hipotesis Keempat.....	78
4.2.5 Hipotesis kelima	80
BAB V	84
KESIMPULAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Implikasi Manajerial	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	92
5.4 Saran Penelitian Mendatang	93
DAFTAR PUSTAKA	95