

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Kontribusi Penelitian.....	5
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.8 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Fokus Pelanggan .....	8
2.2 Pembelian Impulsif .....	9
2.3 Kemampuan wawasan.....	10
2.4 Informasi pelanggan .....	11
2.5 Respon Pedagang .....	12
2.6 Antusiasme Pedagang .....	13
2.7 Perilaku Pembelian Impulsif .....	14
2.8 Penyesalan Pasca Pembelian Impulsif .....	16
2.9 Pengembangan Hipotesis .....	16
2.9.1 Pengaruh Kemampuan Wawasan Pedagang pada Perilaku Pembelian Impulsif. ....	16
2.9.2 Pengaruh Usaha dalam Mengumpulkan Informasi Wisatawan pada Perilaku Pembelian Impulsif.....	17

2.9.3 Pengaruh Respon Pedagang pada Perilaku Pembelian Impulsif .....	18
2.9.4 Pengaruh Antusiasme Pedagang pada Perilaku Pembelian Impulsif .....	19
2.9.5 Pengaruh Perilaku Pembelian Impulsif pada Penyesalan Pasca Pembelian Impulsif .....	19
2.10 Penelitian Terdahulu .....	21
2.11 Model Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Desain Penelitian .....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
3.4 Metode Pengumpulan data .....	29
3.5 Metode Analisis Data .....	29
3.5.1 Pengujian Validitas .....	29
3.5.2 Pengujian Realibilitas .....	31
3.5.3 Analisis Statistik .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Profil Responden .....	34
4.2 Karakteristik Responden .....	35
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
4.3.1 Validitas Konvergen .....	37
4.3.2 Validitas Diskriminan .....	38
4.3.3 Reliabilitas .....	39
4.4 Analisis Statistik .....	40
4.5 Analisis Model Struktural .....	42
4.5.1 Model Fit .....	42
4.5.2 Uji Multikolinearitas .....	43
4.5.3 Koefisien Determinasi dan Relevansi Prediktif .....	44

4.5.4 Effect Size .....	45
4.5.5 Koefisien Jalur ( $\beta$ ) dan Nilai p (p-value) .....	45
4.6 Uji Hipotesis .....	46
4.7 Pembahasan .....	48
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Implikasi Manajerial .....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	58
5.4 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Item Pengukuran Variabel Kemampuan Wawasan .....	24
Tabel 3.2 Item Pengukuran Variabel Informasi Pelanggan .....	25
Tabel 3.3 Item Pengukuran Variabel Respon Pedagang.....	25
Tabel 3.5 Item Pengukuran Variabel Perilaku Pembelian Impulsif.....	27
Tabel 3.6 Item Pengukuran Variabel Penyesalan Pasca Pembelian Impulsif .....	27
Tabel 4.1 Demografi Responden.....	34
Tabel 4.2 Perilaku Pembelian .....	35
Tabel 4.3 Validitas Konvergen .....	37
Tabel 4.4 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	38
Tabel 4.5 <i>Cross Loading</i> .....	38
Tabel 4.6 Matriks Fornell-Larcker Criterion .....	39
Tabel 4.7 Reliabilitas .....	40
Tabel 4.8 Analisis Statistik .....	40
Tabel 4.9 Model Fit.....	42
Tabel 4.10 Nilai kolinearitas penuh VIF.....	43
Tabel 4.11 Adjusted R-Squared dan Q-squared.....	44
Tabel 4.12 <i>Effect Size</i> .....	45
Tabel 4.13 Uji Hipotesis .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	22
Gambar 4.1 Model Struktural .....	46