

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pembelian Impulsif.....	11
2.2 Aspek Kognitif dalam Pembelian Impulsif.....	12
2.3 Aspek Afektif dalam Pembelian Impulsif.....	13
2.4 <i>Impulse Buying Tendencies</i>	14
2.5 Motivasi Pembelian Hedonis.....	14

2.5.1	<i>Adventure Shopping</i>	15
2.5.2	<i>Value Shopping</i>	16
2.5.3	<i>Idea Shopping</i>	17
2.5.4	<i>Social Shopping</i>	17
2.5.5	<i>Relaxation Shopping</i>	18
2.6	Kerangka Berpikir.....	19
2.7	Perumusan Hipotesis.....	20
2.7.1	Persepsi <i>Adventure Shopping</i>	20
2.7.2	Persepsi <i>Value Shopping</i>	21
2.7.3	Persepsi <i>Idea Shopping</i>	21
2.7.4	Persepsi <i>Social Shopping</i>	22
2.7.5	Persepsi <i>Relaxation Shopping</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Populasi dan Sampel.....	24
3.1.1	Populasi.....	24
3.1.2	Sampel.....	24
3.2	Sumber Data.....	25
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4	Instrumen Penelitian.....	27
3.5	Definisi Operasional.....	28
3.5.1	<i>Adventure Shopping</i>	28
3.5.2	<i>Value Shopping</i>	28
3.5.3	<i>Idea Shopping</i>	29
3.5.4	<i>Social Shopping</i>	30

3.5.5	<i>Relaxation Shopping</i>	31
3.6	Uji Instrumen.....	32
3.6.1	Uji Validitas.....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.7	Metode Analisis Data.....	34
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	34
3.7.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	34
	1. Uji Normalitas.....	34
	2. Uji Multikolinearitas.....	35
	3. Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	35
	a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
	b. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	37
	c. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Profil Responden.....	39
4.1.1	Usia.....	39
4.1.2	Gender.....	39
4.1.3	Pendidikan.....	40
4.1.4	Pekerjaan.....	41
4.1.5	Lama Penggunaan Internet.....	41
4.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	42
4.2.1	Persepsi <i>Adventure Shopping</i>	42
4.2.2	Persepsi <i>Value Shopping</i>	43

4.2.3	Persepsi <i>Idea Shopping</i>	44
4.2.4	Persepsi <i>Social Shopping</i>	45
4.2.5	Persepsi <i>Relaxation Shopping</i>	46
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	47
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	49
4.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.5.1	Interpretasi Koefisien.....	53
4.5.2	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	54
4.5.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	54
	1. Uji Hipotesis 1.....	54
	2. Uji Hipotesis 2.....	55
	3. Uji Hipotesis 3.....	56
	4. Uji Hipotesis 4.....	57
	5. Uji Hipotesis 5.....	57
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.6.1	Pembahasan Hasil Hipotesis Parsial.....	58
4.6.2	Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan.....	63
BAB V KESIMPULAN.....		66
5.1	Kesimpulan.....	66

5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Implikasi.....	68
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	69
5.3.2 Implikasi Praktis.....	69
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	72
Daftar Pustaka.....	74
Lampiran.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Gender.....	40
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Internet.....	41
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel <i>Adventure Shopping</i>	42
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel <i>Value Shopping</i>	43
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel <i>Idea Shopping</i>	44
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel <i>Social Shopping</i>	45
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel <i>Relaxation Shopping</i>	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.12	<i>Rotated Component Matrix</i>	48
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.17	Hasil R <i>Square</i> Model.....	52
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.19	Hasil Uji-F.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian <i>Affective Impulse Buying</i>	20
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian.....	79
Lampiran 2.	Hasil Uji Validitas.....	82
Lampiran 3.	Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Lampiran 4.	Deskripsi Responden.....	88
Lampiran 5.	Deskripsi Variabel.....	88
Lampiran 6.	Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 7.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Lampiran 8.	Hasil Turnitin.....	92