

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRACK	viii
INTISARI	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Lingkup Penelitian	6
1.5.1 Model Riset	6
1.5.2 Obyek Riset.....	6
1.5.3 Lokasi Riset	7
1.5.4 Waktu Riset.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Pembelian Impuls (Impuls Buying)	8
2.1.1 Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif	9
2.1.2 Motivasi Hedonis untuk melakukan pembelian Impulsif	9
2.2 Petualangan/Eksplorasi Belanja.....	11
2.3 Nilai Belanja	12
2.4 Belanja Sosial.....	12
2.5 Ide Belanja	13
2.6 Relaksasi Belanja	14
2.7 Model Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Strategi Penelitian	16

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	16
3.2.1 Skala Pengukuran.....	17
3.2.2 Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif	17
3.2.3. Petualangan/Eksplorasi Belanja.....	18
3.2.4 Nilai Belanja	19
3.2.5 Belanja Sosial.....	19
3.2.6. Ide Belanja	20
3.2.7. Relaksasi Belanja	21
3.3 Desain Pengambilan Sampel	21
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	21
3.3.2 Unit Sampel	21
3.3.3 Ukuran Sampel.....	22
3.3.4 Lokasi Penelitian.....	22
3.4 Profil Responden.....	23
3.5 Obyek Penelitian	25
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7 Instrumen Penelitian	33
3.8 Pengujian Instrumen	34
3.8.1 Metode Pengujian Validitas Instrumen Riset	34
3.8.2 Metode Pengujian Reliabilitas Instrumen Riset.....	38
3.9 Analisis data.....	39
3.9.1 Metode Analisis Data.....	39
3.9.2 Asumsi Dasar dari metode analisis	40
3.9.3 Pengembangan Formulasi Dasar.....	42
3.9.4 <i>Goodnes of Fit</i> Model Penelitian	42
3.9.5 Tingkat Signifikansi yang digunakan	44
3.9.6 Proses Pengujian Hipotesis	44
BAB IV ANALISIS DATA.....	45
4.1 Kualitas Data Penelitian.....	45
4.1.1 Uji Normalitas.....	45

4.1.2 Uji Multikolinearitas	47
4.2 Statistik Deskriptif	48
4.3 <i>Goodness of Fit</i> Model.....	49
4.4 Pengujian Hipotesis	53
4.4.1 Hipotesis Pertama	53
4.4.2 Hipotesis Kedua	54
4.4.3 Hipotesis Ketiga.....	55
4.4.4 Hipotesis keempat.....	56
4.4.5 Hipotesis kelima.....	57
4.5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Implikasi Manajemen.....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.4 Arahkan Penelitian Mendatang.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Identitas Responden.....	23
Tabel 3.2	Hasil Uji KMO dan Barlett.....	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.1	Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.3	Hasil Analisis Deskriptif	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Statistik t	50
Tabel 4.5	Hasil Uji statistik F.....	51
Tabel 4.6	Nilai Koefisiensi Determinasi (R^2).....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Hipotesis Keseluruhan	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	15
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian.....	22
Gambar 3.2 Tampilan Situs Lazada.....	26
Gambar 3.3 Tampilan Situs Zalora.....	28
Gambar 3.4 Tampilan Situs BerryBenka	29
Gambar 3.5 Tampilan Situs Cotton ink.....	30
Gambar 4.1 Hasil Penelitian Pengujian Hipotesis	58