

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Lingkup Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Model Mehrabian dan Russel.....	12
2.1.2 Pembelian Impulsif.....	13
2.1.3 Suasana Toko	15
2.1.4 Emosi	19
2.1.5 <i>Urge to Buy</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Model dan Hipotesis Penelitian	22

2.3.1	Model Penelitian	22
2.3.2	Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Definisi Operasional.....	27
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.4	Alat Analisis.....	30
3.5	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5.1	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5.2	Prosedur Pengumpulan Data	30
3.5.3	Sistematika dan Desain Kuesioner.....	31
3.5.4	Skala Pengukuran.....	33
3.5.5	Langkah Pengolahan Data.....	34
3.5.6	Uji Sampel Kecil.....	35
3.6	Metode Analisis Data	38
3.6.1	Uji Reliabilitas	38
3.6.2	Faktor Analisis	38
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.4	Analisis Regresi Berganda	40
3.6.5	Analisis Regresi Sederhana.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Uji Instrumen Penelitian	41
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	41
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
4.2	Analisis Deskriptif	45
4.2.1	Karakteristik responden	45
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	48

4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.3.1	Uji Normalitas	56
4.3.2	Uji Multikolinieritas	57
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	58
4.4	Hasil Uji Hipotesis	59
4.4.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> pada <i>Pleasure</i>	59
4.4.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> pada <i>Arousal</i>	61
4.4.3	Pengaruh <i>Pleasure</i> dan <i>Arousal</i> pada <i>Urge to Buy</i>	62
4.4.4	Pengaruh <i>Urge to Buy</i> pada <i>Impulse Puerchase</i>	64
4.5	Pembahasan	65
4.5.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> pada <i>Pleasure</i>	65
4.5.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> pada <i>Arousal</i>	67
4.5.3	Pengaruh <i>Pleasure</i> pada <i>Urge to Buy</i>	69
4.5.4	Pengaruh <i>Arousal</i> pada <i>Urge to Buy</i>	70
4.5.5	Pengaruh <i>Urge to Buy</i> pada <i>Impulse Puerchase</i>	72
BAB V	KESIMPULAN, KETERBATASAN & SARAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Keterbatasan Penelitian	75
5.3	Saran	75
5.3.1	Saran Bagi Indomaret	75
5.3.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

1.1	A.T Kearney's 2014 Global Retail Development Index	3
2.1	Penelitian Terdahulu	21
3.1	Definisi Operasional.....	27
3.2	Skala <i>Pleasure-Arousal</i>	32
3.3	Hasil Uji Validitas KMO and Bartlett's Test Sampel Kecil.....	35
3.4	Nilai Rotated Component Matrix Item Pertanyaan	35
3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Sampel Kecil	37
4.1	<i>KMO and Bartlett's Test</i>	43
4.2	Hasil Analisis Faktor Variabel Penelitian.....	43
4.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	45
4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.5	Usia Reponden.....	47
4.6	Presentase Frekuensi Berkunjung Responden	48
4.7	Pendapatan Responden	48
4.8	Pekerjaan Responden	49
4.9	Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	51
4.10	Deskriptif Variabel <i>Pleasure</i>	52
4.11	Deskriptif Variabel <i>Arousal</i>	53
4.12	Deskriptif Variabel <i>Urge to Buy</i>	53
4.13	Deskriptif Variabel <i>Impulse Purchase</i>	54
4.14	Statistik Deskriptif	55
4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	57
4.16	Hasil Uji Hipotesis 1	59
4.17	Hasil Uji Hipotesis 2	61
4.18	Hasil Uji Hipotesis 3 dan 4.....	63
4.19	Hasil Uji Hipotesis 5	64

DAFTAR GAMBAR

1.1	Perumbuhan Omzet Ritel Modern Nasional	2
1.3	Jumlah Mahasiswa di Perguruan Tinggi Yogyakarta	6
2.1	Meharbian-Russel <i>Classic Environmental Model</i>	13
2.2	Model Penelitian Mehrabian-Russel yang dimodifikasi.....	23
4.1	Uji Normalitas	56
4.2	Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	81
2. Analisis Faktor Sampel Kecil	87
3. Reliabilitas Sampel Kecil	93
4. Reliabilitas Variabel Sampel Besar	101
5. Analisis Faktor Sampel Besar	108
6. Statistik Deskriptif	114
7. Pengukuran Regresi	115
8. Hasil Uji Normalitas dan Hasil Uji Heteroskedastisitas Hipotesis....	119