

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.2 Pembelian Impulsif	9
2.2.1 Dimensi Pembelian Impulsif	12
2.3 Motivasi Hedonis	14
2.3.1 Dimensi Motivasi Hedonis	16
2.4 <i>Shopping Lifestyle</i>	17
2.4.1 Indikator <i>Shopping Lifestyle</i>	18
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	19
2.6 Hubungan Antar Variabel	21
2.6.1 Hubungan Motivasi Hedonis dengan <i>Shopping Lifestyle</i>	21
2.6.2 Hubungan Motivasi Hedonis dengan Pembelian Impulsif	22
2.6.3 Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> dengan Pembelian Impulsif ..	22
2.6.4 Hubungan Motivasi Hedonis dengan Pembelian Impulsif melalui <i>Shopping Lifestyle</i>	23
2.7 Hipotesis Penelitian	24
2.8 Model Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Riset	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.2.1 Jenis Data	26
3.2.2 Sumber Data	28
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel	29
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional Variabel	31
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.6.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	37
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Deskriptif Data/Karakteristik Responden.....	42
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan	42
4.1.1.2 Uji Validitas	45
4.1.1.3 Uji Reliabilitas	47
4.1.1.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	48
4.1.1.4.1 Analisis Jalur Tahap I	49
4.1.1.4.2 Analisis Jalur Tahap II.....	52
4.1.1.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II	56
4.1.1.5 Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel	57
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.2.1 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap <i>Shopping Lifestyle</i>	58
4.2.2 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif ...	59
4.2.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Pembelian Impulsif ...	60
4.2.4 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif melalui <i>Shopping Lifestyle</i>	61
4.3 Temuan Penelitian	61
4.4 Keterbatasan Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
5.3 Implikasi Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70