

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1.4 Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i>	9
2.2 <i>Price Discount</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Price Discount</i>	10
2.2.2 Tujuan <i>Price Discount</i>	11
2.2.3 Indikator <i>Price Discount</i>	11
2.2.4 Jenis-Jenis <i>Price Discount</i>	11
2.3 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	12
2.3.1 Pengertian <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	12
2.3.2 Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	12
2.3.3 Faktor-Faktor <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	13
2.4 <i>Purchase Decision</i>	13
2.4.1 Pengertian <i>Purchase Decision</i>	13
2.4.2 Faktor-Faktor <i>Purchase Decision</i>	14
2.4.3 Indikator <i>Purchase Decision</i>	16
2.5 Penelitian Terdahulu.....	17
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	22

2.6.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	22
2.6.2	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	22
2.6.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	23
2.6.4	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	23
2.6.5	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	23
2.6.6	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Melalui <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	23
2.6.7	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Melalui <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	24
2.7	Hipotesis	25
2.8	Desain 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	27
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel	27
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.4	Unit Analisis	28
3.5	Definisi Operasional Variabel	28
3.5.1	Definisi Variabel.....	28
3.5.2	Operasional Variabel	30
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Uji Validitas.....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.6.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	34
3.6.4	Uji Parsial (Uji t)	36
3.6.5	Uji Determinasi (R^2).....	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	37
4.1	Karakteristik Responden.....	37
4.2	Uji Validitas.....	40
4.3	Uji Reliabilitas.....	43
4.4	Analisis Jalur	44
4.4.1	Analisis Jalur Tahap 1	44
4.4.2	Analisis Jalur Tahap 2	47
4.4.3	Analisis Jalur Tahap 2 Setelah di <i>Trimming</i>	51
4.4.4	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2	54

BAB V PEMBAHASAN	56
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
5.1.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (Z).....	56
5.1.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X2) Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	56
5.1.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y).....	57
5.1.4 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X2) Terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y).....	57
5.1.5 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (Z) Terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y)	58
5.1.6 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y) Melalui <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (Z).....	58
5.1.7 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X2) Terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y) Melalui <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (Z)	59
5.2 Temuan Penelitian	60
5.3 Keterbatasan Penelitian	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran	63
6.3 Implikasi Penelitian	63
DAFTAR REFERENSI	65
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

No. Daftar Tabel	Halaman
1.1 <i>Top Brand Index</i> Toko Perlengkapan Olahraga.....	2
2.1 Penelitian Terdahulu	17
3.1 Pengukuran Skala Interval	26
3.2 Operasional Variabel.....	30
3.3 Nilai Reliabilitas.....	33
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.4 Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Perbulan	39
4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan dan Pembelian Barang	39
4.6 Responden Berdasarkan Jenis Barang yang Dibeli.....	40
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Peneltian.....	41
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.9 Uji <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Price Disocunt</i> Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	44
4.10 Nilai Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	45
4.11 Uji <i>Store Atmosphere</i> , <i>Price Discount</i> , dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	47
4.12 Nilai Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> , <i>Price Disocunt</i> , dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	48
4.13 Uji <i>Price Discount</i> dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	51
4.14 Nilai Koefisien Determinasi <i>Price Discount</i> dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	51
4.15 Hasil Perhitungan Pengaruh.....	55

DAFTAR GAMBAR

No. Daftar gambar	Halaman
1.1 Hasil Pra Survey Sports Station Sebagai Tujuan Utama.....	3
1.2 Hasil Pra Survey Seberapa Sering Melakukan Pembelian di Sports Station.....	4
1.3 Hasil Pra Survey Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian di Sports Station.....	4
2.1 Desain Penelitian	25
3.1 Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 1.....	34
3.2 Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 2.....	35
3.3 Struktur Akhir Analisis Jalur	35
4.1 Tahap 1 Analisis Jalur	46
4.2 Tahap 2 Analisis Jalur	49
4.3 Tahap 2 Analisis Jalur Setelah Proses <i>Trimming</i>	52
4.4 Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	53

DAFTAR LAMPIRAN

No. Daftar Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Pra Survey	69
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Karakteristik 190 Responden	76
Lampiran 4 Tabulasi Data <i>Pre Test</i> 30 Responden	77
Lampiran 5 Uji Validitas	81
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 7 Tabulasi Data 190 Responden.....	88
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	108