

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| ABSTRAK | xi |
| ABSTRACT | xii |
| PENDAHULUAN | 1 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 2 |
| <i>Impulsive Buying</i> | 2 |
| Motivasi Belanja Hedonis | 2 |
| Faktor Situasional..... | 3 |
| Suasana Toko | 4 |
| Promosi Penjualan..... | 5 |
| Citra Merek | 5 |
| HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 6 |
| Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Motivasi Belanja Hedonis Konsumen | 6 |
| Pengaruh Faktor Situasional Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Konsumen | 6 |
| Pengaruh Suasana Toko Terhadap Motivasi Belanja Hedonis Konsumen | 6 |
| Pengaruh Suasana Toko Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Konsumen..... | 7 |
| Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Motivasi Belanja Hedonis Konsumen | 7 |
| Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Konsumen | 7 |
| Pengaruh Citra Merek Terhadap Motivasi Belanja Hedonis Konsumen | 8 |
| Pengaruh Citra Merek Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Konsumen..... | 8 |
| Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Konsumen..... | 8 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 9 |
| Model Penelitian | 9 |
| Desain Penelitian..... | 9 |
| Pengukuran..... | 9 |
| Populasi dan Sampel | 10 |
| Metode Analisis Data | 10 |
| HASIL | 10 |
| Demografi Penelitian | 10 |
| Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 11 |
| Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> | 11 |
| Analisis Struktural..... | 12 |
| Hasil Uji Hipotesis | 13 |
| KESIMPULAN | 17 |
| SARAN | 17 |

| | |
|-----------------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 19 |
| LAMPIRAN | 22 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian..... 9
Gambar 2 Path Diagram T-Value..... 12

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis | 13 |
| Tabel 2 Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 3 Operasional Variabel <i>Impulsive Buying</i> | 29 |
| Tabel 4 Operasional Variabel Motivasi Belanja Hedonis | 30 |
| Tabel 5 Operasional Variabel Faktor Situasional | 31 |
| Tabel 6 Operasional Variabel Suasana Toko | 32 |
| Tabel 7 Operasional Variabel Promosi Penjualan..... | 33 |
| Tabel 8 Operasional Variabel Citra Merek | 34 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------------|----|
| Lampiran 1 | 23 |
| Lampiran 2 | 29 |
| Lampiran 3 | 35 |
| Lampiran 4 | 40 |
| Lampiran 5 | 45 |
| Lampiran 6 | 46 |
| Lampiran 7 | 46 |
| Lampiran 8 | 47 |
| Lampiran 9 | 48 |
| Lampiran 10 | 49 |