

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.2.1. Pertanyaan Penelitian	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4. Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	9
2.1.1. Landasan Teori	9
2.1.2. Time Pressure (Tekanan Waktu)	9
2.1.3. Perceived Value (Nilai yang Dirasakan)	11
2.1.4. Impulsive buying (Pembelian Impulsif)	14
2.1.5. Role of Emotions (Peran Emosi)	15
2.1.6. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	23
2.2.1. Time pressure dan Impulsive buying	23
2.2.2. Peran Mediasi dari Perceived Value	26
2.2.3. Peran Pengaturan Emosi	29
2.3. Kerangka Pemikiran	32

2.4.	Ringkasan Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.1.1.	Variabel Penelitian.....	34
3.1.2.	Definisi Operasional	35
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.2.1.	Populasi.....	38
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	39
3.3.	Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1.	Jenis Data	39
3.3.2.	Sumber Data.....	40
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5.	Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.5.1.	Uji Validitas Konvergen dan Diskriminan.....	41
3.5.2.	Uji Reliabilitas	43
3.6.	Metode Analisis Data.....	44
3.6.1.	Menentukan Konstruksi Individual	45
3.6.2.	Mengembangkan Model Pengukuran Keseluruhan	46
3.6.3.	Mendesain Studi Untuk Menghasilkan Hasil Empiris.....	46
3.6.4.	Menilai Validitas Model Pengukuran	47
3.6.5.	Menentukan Model Struktural	50
3.6.6.	Menilai Validasi Model Struktural	50
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		52
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1.	Deskripsi umum objek penelitian	52
4.1.2.	Deskripsi umum responden.....	52
4.2.	Uji Asumsi SEM	61
4.2.1.	Uji Validitas	64
4.2.2.	Uji Realibilitas Construct dan Average Variance Extract	66
4.2.3.	Uji Normalitas Data	61
4.2.4.	Uji Outlier Data.....	62
4.2.5.	Uji Multikolinearitas dan Singularitas	63

4.2.6.	Uji Nilai Residual	67
4.3.	Analisis SEM	68
4.3.1.	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	54
4.3.2.	Uji Model Struktural	68
4.3.3.	Uji Direct, Indirect, dan Total Effect	70
4.3.4.	Uji Hipotesis dan Interpretasi Hasil	73
BAB V PENUTUP		83
5.1.	Simpulan	83
5.2.	Kontribusi Praktis dan Teoritis	85
5.2.1.	Kontribusi Praktis	85
5.2.2.	Kontribusi Teoritis	88
5.3.	Keterbatasan dari Penelitian dan Saran	92
5.3.1.	Keterbatasan	92
5.3.2.	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN A		99
LAMPIRAN B		102
LAMPIRAN C		109

FEB UNDIP