

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	I
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	II
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	IV
ABSTRACT.....	V
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	13
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	15
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	16
1.4.1 Teoritis.....	16
1.4.2 Praktis.....	17
1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1 LANDASAN TEORI.....	19
2.1.1 Stimulus-Organism-Response (SOR).....	19
2.1.2 Kelangkaan Produk.....	21
2.1.3 Keuntungan Ekonomi.....	24
2.1.4 Hiburan.....	25
2.1.5 Arousal.....	27

2.2	HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	29
2.2.1	<i>Hubungan Kelangkaan Dengan Arousal</i>	29
2.2.2	<i>Hubungan Manfaat Ekonomi dan Arousal</i>	30
2.2.3	<i>Hubungan Hiburan dan Arousal</i>	32
2.2.4	<i>Hubungan Arousal dengan impulse Buying</i>	33
2.2	PENELITIAN TERDAHULU	34
2.3	KERANGKA PEMIKIRIAN TEORITIS	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	VARIEABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL	38
3.1.1	<i>Variabel Penelitian</i>	38
3.1.2	<i>Definisi Operasional</i>	39
3.2	POPULASI DAN SAMPEL.....	42
3.2.1	<i>Populasi</i>	42
3.2.2	<i>Sampel</i>	43
3.3	JENIS DAN SUMBER DATA	44
3.3.1	<i>Data Primer</i>	44
3.3.2	<i>Data Sekunder</i>	44
3.4	METODE PENGUMPULAN DATA	45
3.4.1	<i>Kuesioner</i>	45
3.4.2	<i>Studi Pustaka</i>	45
3.5	TEKNIK ANALISIS DATA	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		51
4.1	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	51
4.1.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	51
4.1.2	<i>Gambaran Umum Resoponden Penelitian</i>	52
4.1.3	<i>Analisis Jawaban Terhadap Kelangkaan Produk</i>	56
4.1.4	<i>Analisis Jawaban Terhadap Manfaat Ekonomi</i>	57
4.1.5	<i>Analisis Jawaban Terhadap Hiburan</i>	58

4.1.6 Analisis Jawaban Terhadap Arousal	58
4.1.7. Analisis Variabel Pembelian Impulsif.....	59
4.2 HASIL UJI ASUMSI SEM	60
4.2.1 Hasil Kualitas Instrumen dan Data	60
4.2.2 Evaluasi Outlier Data	66
4.2.3 Uji Multicollinearity dan Singularity	69
4.2.4 Uji Confirmasi Factor Analysis (CFA).....	71
4.3 ANALISIS FULL SEM	79
4.3.1 Uji Full Model SEM	79
4.3.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	81
4.3.3 Analisis Direct Effect , Indirect Effect dan Total Effect.....	83
4.3.4 Uji Sobel.....	85
4.4 INTERPRETASI HASIL.....	89
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 KESIMPULAN	95
5.2 IMPLIKASI TEORITIS	97
5.3 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	101
5.4 KETERBATASAN PENELITIAN	104
5.5 5.5 SARAN UNTUK PENELITIAN MENDATANG.....	105
LAMPIRAN.....	115

SEMARANG
FEB UNDIP