

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
daftar gambar .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	9
1.4    Sistematika Laporan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	11
2.1    Hirarki Keputusan.....	11
2.2    Pembelian Impulsif .....	13
2.2.1    Definisi Pembelian Impulsif .....	13
2.2.2    Aspek Pembelian Impulsif .....	14
2.2.3    Faktor Pembelian Impulsif.....	16
2.3    Suasana Toko .....	17
2.4    Motivasi Belanja Hedonis.....	20
2.5    Kerangka Pemikiran.....	30
2.6    Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.1.1    Variabel Penelitian .....	33
3.1.2    Definisi Operasional.....	34

3.2	Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1	Populasi .....	35
3.2.2	Sampel .....	35
3.3	Sumber Data .....	37
3.3.1	Data Primer .....	37
3.3.2	Data Sekunder .....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4.1	Alat Pengumpulan Data .....	38
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner .....	39
3.5.1	Uji Semantik .....	39
3.5.2	Uji Statistik .....	45
3.5.2.1	Uji Validitas .....	46
3.5.2.2	Uji Reliabilitas .....	48
3.6	Teknik Analisis dan Model Persamaan Struktural .....	50
3.6.1	Model Persamaan Struktural ( <i>Structural Equation Model</i> ) .....	50
3.6.1.1	CFA (Confirmatory Factor Analysis) .....	51
3.6.1.2	Full Model .....	53
3.6.1.3	Goodness of Fit .....	55
3.6.1.4	Evaluasi Asumsi SEM .....	57
3.6.2	Uji Efek Mediasi .....	59
3.6.3	Uji Hipotesis .....	61
BAB IV hasil dan penelitian .....		63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	63
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	63
4.2	Evaluasi Asumsi SEM .....	66
4.2.1	Uji Normalitas .....	67
4.2.2	Uji Multikolinearitas .....	68
4.3	Uji CFA .....	69
4.3.1	Uji CFA Konstruk Eksogen .....	69
4.3.2	Uji CFA Konstruk Endogen .....	70

4.4	Analisis Full Model.....	73
4.5	Analisis Uji Efek Mediasi .....	77
4.6	Uji Hipotesis .....	78
4.6.1	H1: Pengaruh Suasana Toko terhadap Pembelian Impulsif.....	79
4.6.2	H2: Motivasi Belanja Hedonis Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif .....	79
4.6.3	H3: Suasana Toko Berpengaruh terhadap Motivasi Belanja Hedonis ..	80
BAB V Penutup .....		81
5.1	Simpulan .....	81
5.2	Keterbatasan .....	83
5.3	Saran.....	83
5.3.1	Implikasi kebijakan .....	83
5.3.2	Saran Penelitian Mendatang.....	84
daftar pustaka .....		86
lampiran.....		89

**FEB UNDIP**