

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Penelitian.....	10
1.2.1. Identifikasi Penelitian.....	10
1.2.2. Rumusan Penelitian.....	10
1.2.3. Batasan Penelitian	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1. Maksud Penelitian	12
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat penelitian.....	13
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	14
1.5. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	16
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha	19
2.2.1. Lingkup dan Sebaran Toko	19
2.2.2. Klasifikasi Bidang Usaha	21
2.3. Sumber Daya Manusia	21
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan	22
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Pustaka.....	25
3.1.1. Keputusan Pembelian	25
3.1.2. Karakteristik Konsumen	32
3.2. Penelitian Terdahulu	45
3.3. Kerangka Pemikiran	51
3.4. Hipotesis.....	52
BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1. Desain Penelitian.....	53
4.2. Variabel Penelitian	54

4.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	54
4.3.1. Definisi Operasional Variabel	54
4.3.2. Pengukuran Variabel	58
4.4. Jenis dan Sumber Data	59
4.5. Teknik Pengumpulan Data	60
4.6. Populasi dan Sampling	61
4.7. Metode Analisis Data	62
4.7.1. Pengujian Instrumen	63
4.7.1.1. Uji Validitas	63
4.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	64
4.7.2. Uji Asumsi Klasik	65
4.7.2.1. Uji Normalitas	66
4.7.2.2. Uji Multikolinearitas	66
4.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas	67
4.7.3. Analisis Statistik Deskriptif.....	67
4.7.4. Analisis Koefisien Korelasi	68
4.7.5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.7.6. Uji Hipotesis	70
4.8. Korelasi Antar Dimensi.....	72

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Profil responden	73
5.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	74
5.1.2. Usia Responden	75
5.1.3. Pekerjaan Responden.....	75
5.1.4. Pendapatan Responden.....	75
5.1.5. Pendidikan Responden	76
5.1.6. Suku Responden	76
5.2. Deskriptif Data Hasil Tanggapan responden	76
5.2.1. Hasil Distribusi Data Variabel Budaya	77
5.2.2. Hasil Distribusi Data Variabel Psikologis	78
5.2.3. Hasil Distribusi Data Variabel Sosial.....	80
5.2.4. Hasil Distribusi Data Variabel <i>Impulse buying</i>	81
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	83
5.3.1. Uji Instrumen.....	83
5.3.2. Pengujian Asumsi Klasik	85
5.3.2.1. Uji Normalitas	85
5.3.2.2. Uji Multikolinearitas	88
5.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas	88
5.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
5.3.4. Pengujian Hipotesis	92
5.3.4.1. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)	92
5.3.4.2. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t test).....	93
5.3.5. Koefisien Determinasi (R^2)	94
5.3.6. Analisis Korelasi	95
5.3.6.1. Analisis Korelasi antar Variabel.....	95
5.3.6.2. Analisis Korelasi antar Dimensi.....	98
5.4. Implikasi Hasil Penelitian	101
5.4.1. Pengaruh Budaya terhadap <i>Impulse buying</i>	101
5.4.2. Pengaruh Psikologis terhadap <i>Impulse buying</i>	103

5.4.3. Pengaruh Sosial terhadap <i>Impulse buying</i>	104
5.4.4. Pengaruh Faktor Budaya, Psikologis dan Sosial secara Simultan terhadap <i>Impulse Buying</i>	106
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	109
6.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
DAFTAR LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	146

