

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pertumbuhan retail di Asia by volume.....	2
Tabel 1.2.	Sebaran gerai-gerai pasar modern dalam (unit) .....	4
Tabel 1.3.	<i>Impulse buying</i> secara Nasional (dalam persen).....	6
Tabel 1.4.	Karakteristik budaya di Ramayana Supermarket Bogor dan Karawang .....	7
Tabel 1.5.	Karakteristik psikologi di Ramayana Supermarket Bogor dan Karawang .....	8
Tabel 1.6.	Karakteristik sosial di Ramayana Supermarket Bogor dan Karawang .....	8
Tabel 1.7.	<i>Impulse buying</i> di Ramayana Supermarket Bogor dan Karawang .....	9
Tabel 2.1.	Sebaran Ramayana Supermarket di Indonesia.....	19
Tabel 2.2.	Klasifikasi dan Definisi <i>Modern Retailer</i> .....	21
Tabel 2.3.	Tabel Kepegawaian PT.Ramayana Lestari Tbk.....	22
Tabel 4.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Budaya ( $X_1$ ).....	56
Tabel 4.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Psikologis ( $X_2$ ) ..	56
Tabel 4.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Sosial ( $X_3$ ).....	57
Tabel 4.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel <i>Impulse buying</i> ..	58
Tabel 4.5.	Skala dan Nilai pengukuran .....	59
Tabel 4.6.	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	69
Tabel 4.7.	Korelasi Dimensi Variabel.....	72
Tabel 5.1.	Karakteristik Responden.....	73
Tabel 5.2.	Konversi Nilai Mean .....	77
Tabel 5.3.	Analisis Deskriptif Variabel Budaya .....	77
Tabel 5.4.	Analisis Deskriptif Variabel Psikologis .....	78
Tabel 5.5.	Analisis Deskriptif Variabel Sosial.....	80
Tabel 5.6.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	82
Tabel 5.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	84
Tabel 5.8.	Nilai Kolmogorov-Smirnov .....	87
Tabel 5.9.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 5.10.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
Tabel 5.11.	Hasil Uji Simultan .....	92
Tabel 5.12.	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	94

Tabel 5.13. Interpretasi koefisien korelasi nilai Korelasi .....	95
Tabel 5.14. Koefisien Korelasi antar Variabel.....	96
Tabel 5.15. Matriks Korelasi Dimensi .....	98

