

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.2 Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>).....	14
2.1.2.1 Lingkungan Belanja.....	17
A. Respon Lingkungan Belanja.....	18
B. Hubungan antara Variabel	19
2.1.2.2 Gaya Hidup.....	19
A. <i>Shopping Lifestyle</i>	20
B. Hubungan antara Variabel	21
2.1.2.3 Promosi.....	21
A. <i>In-Store Promotion</i>	22
1. Iklan.....	23
2. Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)	23
3. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	25
4. Display Toko (<i>Store Display</i>)	27
B. Hubungan antara Variabel	28
1. Iklan dan Pembelian Impulsif.....	28
2. Promosi Penjualan dan Pembelian Impulsif.....	29
3. Penjualan Personal dan Pembelian Impulsif	29
4. Display Toko dan Pembelian Impulsif	30
2.1.2.4 Layanan	30
A. Kualitas Layanan	31
B. Hubungan antara Variabel	32
2.2 Saluran Distribusi	33
2.2.1 Ritel (<i>Retail</i>)	34
2.3 Kerangka Penelitian	35
2.4 Hipotesis	37
III. METODE PENELITIAN	38

3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Definisi Konseptual Variabel.....	38
A. Pembelian Impulsif	39
B. Respon Lingkungan Belanja	39
C. <i>Shopping Lifestyle</i>	39
D. <i>In-store Promotion</i>	39
E. Kualitas Layanan	40
3.3 Variabel Penelitian	40
3.4 Metode Penelitian.....	41
3.5 Populasi	42
3.6 Lokasi Penelitian.....	42
3.7 Sampel Penelitian.....	43
3.8 Metode Penentuan Sampel.....	43
3.9 Data	44
A. Data Primer	44
B. Data Sekunder.....	44
3.10 Definisi Operasional Variabel	44
3.11 Metode Pengumpulan Data	47
A. Kuesioner	47
3.12 Skala Pengukuran.....	47
3.13 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	51
3.14 Teknik Analisis Data	53
3.14.1 Uji Asumsi Klasik	52
A. Uji Normalitas	52
B. Uji Heterokedastisitas	53
C. Uji Multikolineritas	54
3.14.2 Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.14.3 Uji Hipotesis	55
1. Uji R^2 (koefisien determinasi)	55
2. Uji Parsial (Uji t)	56
3. Uji Simultan (F)	57
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
4.2 Analisis Deskriptif	59
4.2.1 Deskripsi Umum Responden	59
4.2.1.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.1.2 Deskripsi Berdasarkan Kelompok Usia	60
4.2.1.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.2.1.4 Deskripsi Berdasarkan Penghasilan	63
4.2.1.5 Deskripsi Berdasarkan Pengeluaran.....	64
4.2.2 Distribusi Jawaban Per Variabel	65
A. Variabel Pembelian Impulsif.....	65
B. Variabel Respon Lingkungan belanja	66
C. Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	68
D. Variabel <i>In-store Promotion</i>	69

1. Variabel Iklan.....	69
2. Variabel <i>Sales Promotion</i>	70
3. Variabel <i>Personal Selling</i>	71
4. Variabel <i>Store Display</i>	72
E. Variabel Kualitas Layanan.....	73
4.3 Analisis Inferensial.....	75
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	75
A. Uji Normalitas	75
B. Uji Heterokedestisitas	77
C. Uji Multikolineritas.....	78
4.3.2 Hasil Uji Regresi Berganda.....	79
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	80
A. Hasil Uji R^2	80
B. Hasil Uji t.....	81
1. Hasil Pengujian Hipotesis 1	81
2. Hasil Pengujian Hipotesis 2	82
3. Hasil Pengujian Hipotesis 3	82
4. Hasil Pengujian Hipotesis 4	83
C. Hasil Uji F.....	83
4.4 Pembahasan.....	84
1. Pengaruh Respon Lingkungan Belanja	84
2. Pengaruh Shopping lifestyle.....	86
3. Pengaruh In-store Promotion.....	88
4. Pengaruh Kualitas Layanan	92
V. KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99