

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	.iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematis Penulisan.....	12
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	14
1. Perilaku Konsumen.....	14
2. <i>Theory Of Planned Behaviour</i>	19
3. <i>Store Environment</i>	21
4. <i>Impulse Buying Behaviour</i>	23
5. <i>Spiritual Emotion</i>	29
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berpikir	32
D. Hipotesis	34
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Sumber Data	39
C. Populasi dan Sampel	40
D. Identifikasi Variabel	41
E. Definisi Operasional.....	42
F. Tehnik Pengumpulan Data	45
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	47

H. Uji Asumsi Klasik	48
I. Uji Hipotesis	51

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	54
1. Gambaran Objek Penelitian	54
2. Analisis Data	66
B. Pembahasan	78
1. Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap <i>Impulse Buying Behaviour</i>	79
2. Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap <i>Spiritual Emotion</i>	80
3. Pengaruh <i>Impulse Buying Behaviour</i> Terhadap <i>Spiritual Emotion</i>	82
4. Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap <i>Impulse Buying Behaviour</i> Melalui <i>Spiritual Emotion</i>	83

BAB V: PENUTUP

A. Simpulan	85
B. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan <i>Store Dressy Gallery</i>	8
Tabel 3.1	Variabel Operasional	42
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3	Deskripsi Responde Berdasarkan Profesi	57
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian	57
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Store Environment</i>	58
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Impulse Buying Behaviour</i>	62
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Reponden Variabel <i>Spiritual Emotion</i>	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen	67
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolonieritas.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi.....	70
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.15	Hasil Uji t (Parsial) Persamaan 1	75
Tabel 4.16	Hasil Uji t (Parsial) Persamaan 2	75
Tabel 4.17	Hasil Uji F	77
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi (R^2)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2.2 Hubungan Antara Motif dan Tujuan Konsumsi	18
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	34
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	52
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

