

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hubungan Antar Variabel .....	28
D. Kerangka Pemikiran .....	30
E. Hipotesis Penelitian .....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian .....	32
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	32
C. Populasi .....	33

D. Sampel dan Teknik Sampling.....	33
E. Jenis Data Penelitian.....	35
F. Prosedur Pengambilan Data.....	35
G. Klasifikasi Variabel Penelitian .....	37
H. Definisi Operasional Variabel .....	38
I. Model dan Alat Analisis .....	42
J. Uji Instrumen .....	44
K. Teknik Analisis Data .....	47
L. Metode Analisis Data .....	48

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Karakteristik Responden .....	55
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	58
C. Analisis Pengaruh Variabel .....	66
D. Pembahasan .....	73

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA .....	81
----------------------	----

#### LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	30
--	----

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	26
<b>Tabel 3.1</b> Hasil Uji Validitas .....	45
<b>Tabel 3.2</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	46
<b>Tabel 4.1</b> Jenis Kelamin Responden .....	55
<b>Tabel 4.2</b> Usia Responden.....	56
<b>Tabel 4.3</b> Pendapatan Responden.....	57
<b>Tabel 4.4</b> Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	59
<b>Tabel 4.5</b> Deskriptif Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation (X1)</i> .....	60
<b>Tabel 4.6</b> Indikator <i>Fashion Involment</i> .....	61
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif Variabel <i>Fashion Involment (X2)</i> .....	62
<b>Tabel 4.8</b> Indikator <i>Positif Emotion</i> .....	63
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif Variabel <i>Positif Emotion (X3)</i> .....	64
<b>Tabel 4.10</b> Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	64
<b>Tabel 4.11</b> Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying(Y)</i> .....	65
<b>Tabel 4.12</b> Estimasi Regresi Linear Berganda .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner Penelitian.....	83
<b>Lampiran 2</b>	Rekapitulasi Data 30 Responden.....	87
<b>Lampiran 2.1</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas <i>Hedonic Shopping M</i> .....	88
<b>Lampiran 2.2</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas <i>Fashion Involment</i> .....	89
<b>Lampiran 2.3</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas <i>Positive Emotion</i> .....	91
<b>Lampiran 2.4</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas <i>Impulse Buying</i> .....	92
<b>Lampiran 3</b>	Rekapitulasi Data 100 Responden.....	93
<b>Lampiran 3.1</b>	Rekapitulasi Analisis Deskriptif 100 Responden .....	96
<b>Lampiran 4</b>	Hasil Analisis Deskriptif Responden .....	99
<b>Lampiran 4.1</b>	Hasil Analisis Deskriptif Variabel .....	101
<b>Lampiran 4.2</b>	Nilai Rata-rata Indikator Variabel .....	103
<b>Lampiran 5</b>	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	105