

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Ritel.....	11
2. Suasana toko.....	15
3. Promosi penjualan .....	19
4. Suasana hati.....	22
5. Pembelian impulsif .....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Hubungan antar variabel.....	31
1. Hubungan suasana toko dengan pembelian impulsif.....	31
2. Hubungan promosi penjualan dengan pembelian impulsif .....	32
3. Hubungan suasana toko dengan impuls buying melalui suasana hati ....	33
4. Hubungan promosi penjualan dengan pembelian impulsif melalui suasana hati.....	35
D. Kerangka Penelitian .....	36
E. Hipotesis .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
A. Rancangan Penelitian .....	38
B. Objek dan waktu penelitian .....	39
C. Populasi Penelitian .....	39

D.	Sampel dan Teknik Sampling .....	39
1.	Sampel.....	39
2.	Teknik pengambilan sampel.....	41
E.	Jenis Data Penelitian .....	41
F.	Prosedur Pengumpulan Data.....	42
G.	Klasifikasi Variabel Penelitian .....	42
H.	Definisi operasional variabel .....	44
1.	<i>Independent Variable</i> ( Variabel bebas ) .....	44
2.	<i>Intervening Variable</i> ( Variabel Intervening ).....	48
3.	<i>Dependent Variable</i> ( Variabel terikat ).....	50
I.	Skala Pengukuran variabel .....	51
J.	Uji Instrumen .....	53
1.	Uji Validitas .....	53
2.	Uji Reliabilitas .....	56
K.	Teknik Analisis Data .....	57
1.	Analisis Deskriptif .....	57
2.	Analisis Kuantitatif .....	58
L.	Uji Hipotesis .....	63
1.	Uji Pengaruh Langsung.....	63
2.	Uji Pengaruh Tidak Langsung .....	64
3.	Uji Sobel.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		67
A.	Hasil Penelitian .....	67
1.	Analisis Deskriptif .....	67
2.	Analisis Kuantitatif .....	77
3.	Pengujian Hipotesis .....	82
B.	Pembahasan .....	87
1.	Pengaruh Store Atmosphere terhadap Pembelian impulsif pada konsumen Pamela Enam .....	87
2.	Pengaruh Promosi penjualan terhadap Pembelian impulsif pada konsumen Pamela Enam.....	88
3.	Pengaruh Suasana Toko terhadap Pembelian impulsif dengan Suasana hati sebagai variabel intervening pada konsumen Pamela Enam .....	89
4.	Pengaruh Promosi penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Suasana Hati sebagai variabel Intervening Pada Pamela Enam. ....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		92
A.	Kesimpulan .....	92
B.	Saran .....	92
<u>DAFTAR PUSTAKA</u> .....		94
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang .....	29
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	52
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas .....	55
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang saku .....	69
Tabel 4. 5 Kategori Penilaian .....	70
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Suasana toko .....	71
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Promosi penjualan .....	73
Tabel 4. 8 Penilaian Variabel Suasana hati .....	75
Tabel 4. 9 Penilaian Variabel Pembelian impulsif.....	76
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Path Tahap 1 .....	77
Tabel 4. 11 Hasil Path Tahap 2.....	78
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Path Tahap 3 .....	79
Tabel 4. 13 Hasil Path Tahap 4.....	80
Tabel 4. 14 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Suasana toko terhadap Pembelian Impulsif melalui Suasana Hati.....	84
Tabel 4. 15 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Promosi penjualan terhadap Pembelian impulsif melalui Suasana hati .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Jalur Distribusi.....	12
Gambar 2. 2 Kerangka Pikiran .....	36
Gambar 3. 1 Model Analisis Jalur Path (Path Analysis).....	59
Gambar 4. 1 Diagram Analisis Path .....	81