

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
MOTO HIDUP.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
APSTRAKSI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8

BAB II : TINJAUAN PUATAKA	10
A. Landasan Teori	10
a. Hedonic Shopping Motivatio	10
b. Shopping Lifestyle	14
c. Impulse Buying Tendency	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Pengaruh Variabel Penelitian	30
D. Kerangka Pemikiran	32
E. Hipotesis	33
BAB III : METODE PENELITIAN	34
A. Rancangan Penelitian	34
B. Opjek Penelitian	34
C. Populasi	35
D. Sampel dan Teknik sampling	35
a. Sampel	35
b. Teknik Sampling.....	36
E. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	37

a. Jenis Data	37
b. Prosedur Pengumpulan Data	38
F. Klasifikasi Variabel Penelitian	38
a. Variabel Independen	38
b. Variabel Dependen	39
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
H. Skala dan Pengukuran Variabel	40
I. Uji Instrumen Penelitian	42
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	44
J. Teknik Analisis Data	45
a. Analisis Deskriptif	45
b. Analisis Kuantitatif	46
K. Uji Hipotesis	47
a. Uji F	47
b. Uji T	48
c. Uji koefisien determinasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Analisis Deskriptif	50

1. Analisis Deskriptif Responden	50
2. Analisis Deskriptif Variabel	53
B. Analisis Kuantitatif	56
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
2. Hasil Uji Hipotesis	58
3. Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Fariabel	39
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.1 Karekteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Karekteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Karekteristik Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Karekteristik Berdasarkan Penghasilan	52
Tabel 4.5 Persepsi Responden Varaibel Hedonic Shopping Motivation	53
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel Shopping Lifestyle	54
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel Impulse Buying Tendency	55
Tabel 4.8 Hasil Regresi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Tendency	56

DAFTAR GAMBAR

Gabar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Rekap Data 30 Responden.....	75
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
Lampiran 4 Rekap 100 Responden	80
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	87
Lampiran 6 Karakteristik Frekuensi Variabel.....	89
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda.....	90