

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Impulse Buying.....	10
2. Sales Promotion	14
3. Shopping Lifestyle	15
4. Hedonic Shopping Motivation.....	17
B. Penelitian Terdahulu	19

C. Hubungan Antar Variabel	23
D. Kerangka Konseptual	24
E. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Rancangan Penelitian	26
B. Obyek dan Waktu Penelitian.....	26
C. Populasi.....	27
D. Sampel dan Teknik Sampling	27
E. Jenis Data Penelitian	28
F. Prosedur Pengambilan Data	29
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	30
H. Definisi Operasional Variabel.....	31
I. Uji Instrumen	33
J. Teknik Analisis Data.....	35
K. Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
3. Analisis Kuantitatif	50
4. Uji Hipotesis	52
B. Pembahasan	55
C. Keterbatasan Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58

B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66