

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
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	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	12
2. <i>Shopping Lifestyle</i>	14
3. <i>Impulsif Buying</i> (Pembelian Impulsif)	19
4. <i>Positif Emotion</i> (Emosi Positif).....	22
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Karakteristik Antar Variabel	30
1. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	30
2. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	30
3. Pengaruh <i>Positif Emotion</i> (Z) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	31

4. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) melalui <i>Positive Emotion</i> (Z).....	32
5. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) melalui <i>Positive Emotion</i> (Z)	33
D. Kerangka Pemikiran	33
E. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian	36
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi.....	37
D. Sampel dan Teknik Sampling	37
E. Jenis Data Penelitian	39
F. Teknik Pengambilan Data	39
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	40
H. Definisi Operasional Variabel.....	41
I. Skala Pengukuran Variabel	42
J. Uji Instrumen	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas.....	46
K. Tehnik Analisis Data.....	47
1. Analisis Deskriptif.....	47
2. Analisis Kuantitatif.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	53
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	56
C. Analisis Kuantitatif	60
D. Hasil Pengujian Hipotesis	67
E. Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 3.3 Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden	42
Tabel 3.4 Hasil <i>Outer Loading</i> 30 Responden	44
Tabel 3.5 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> 30 Responden	45
Tabel 3.6 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> 30 Responden	46
Tabel 3.7 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> 30 Responden.....	47
Tabel 4.1 Kategorisasi Variabel	57
Tabel 4.2 Penilaian Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation Motivation (X1)</i>	57
Tabel 4.3 Penilaian Variabel <i>Shopping Lifestyle (X2)</i>	58
Tabel 4.4 Penilaian Variabel <i>Positif Emotion (Z)</i>	58
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Impulsif Buying (Y)</i>	59
Tabel 4.6 Hasil <i>Outer Loading</i> 100 Responden	60
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> 100 Responden.....	61
Tabel 4.8 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> 100 Responden	62
Tabel 4.9 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> 100 Responden....	62
Tabel 4.10 Hasil uji <i>R-square</i>	63
Tabel 4.11 Hasil uji <i>Q-square</i>	64
Tabel 4.12 Hasil <i>Path Coefficient</i>	65
Tabel 4.13 Hasil <i>Path Coefficients (Hubungan Langsung)</i>	68
Tabel 4.14 Hasil <i>Specific Indirect Effects (Hubungan Tidak Langsung)</i>	69

DAFTAR GAMBAR

•		
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.5	Hasil Olah PLS <i>Algorithm</i>	67
Gambar 4.6	Hasil Olah <i>Bootstrapping</i>	67