

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoretis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoretis	13
2.1.1 Stimulus–Organism–Response (S-O-R)	13
2.1.2 Diskon Harga	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 <i>Positive Emotion</i>	18
2.1.5 <i>Impulsive buying</i>	20
2.2 Landasan Empiris	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1 Pengaruh Diskon Harga terhadap <i>Positive Emotion</i>	34
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Positive Emotion</i>	35

2.3.3 Pengaruh antara Diskon harga terhadap <i>Impulsive buying</i>	36
2.3.4 Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap <i>Impulsive buying</i>	36
2.3.5 Pengaruh <i>Positive Emotion</i> Terhadap <i>Impulsive buying</i>	37
2.3.6 Pengaruh Diskon Harga Terhadap <i>Impulsive buying</i> Melalui <i>Positive Emotion</i>	38
2.3.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Impulsive buying</i> Melalui <i>Positive Emotion</i>	38
2.4 Kerangka Pemikiran	40
2.5 Hipotesis	41
2.5.1 Model Hipotesis	42
2.6 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	42
2.6.1 Definisi Konsep	42
2.6.2 Definisi Operasional	44
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Tipe Penelitian	49
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	49
3.3 Lokasi Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.5 Teknik Sampling.....	51
3.6 Sumber Data	52
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.8 Skala Pengukuran Data	52
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	53
3.9.1 Uji Validitas	53
3.9.2 Uji Reliabilitas	55
3.10 Teknik Analisis Data.....	56
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	56
3.10.2 Analisis Statistik Inferensial	56
3.11 Uji Hipotesis	58
3.11.1 Uji Hipotesis	58
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	59
4.1 Sejarah Perusahaan	59

4.1.1 Visi Dan Misi Perusahaan	60
4.1.2 Logo dan Produk Kopi Kenangan	60
4.2 Struktur Organisasi	63
4.3 Bidang Usaha Perusahaan	65
BAB V HASIL PENELITIAN.....	66
5.1 Hasil Uji Instrumen dan Profil Responden.....	66
5.1.1 Hasil Uji Instrumen	66
5.2.1 Hasil Uji Validitas	66
5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
5.3 Hasil Analisis Deskriptif	76
5.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Diskon Harga.....	77
5.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	86
5.3.3 Hasil Analisis Deskriptif <i>Positive Emotion</i>	95
5.3.4 Hasil Analisis Deskriptif <i>Impulsive buying</i>	102
5.4 Hasil Analisis Inferensial.....	109
5.4.1 Outer Model.....	109
5.4.2 <i>Inner Model</i>	115
1. Hipotesis Diskon Harga berpengaruh signifikan terhadap <i>Positive Emotion</i>	119
2. Hipotesis Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap <i>Positive Emotion</i>	120
3. Hipotesis Diskon Harga berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i>	120
4. Hipotesis Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i>	121
5. Hipotesis <i>Positive Emotion</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i>	121
6. Hipotesis Diskon Harga berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	122
7. Hipotesis Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	123
BAB VI PEMBAHASAN.....	124
6.1 Pengaruh Diskon Harga terhadap <i>Positive Emotion</i>	124

6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Positive Emotion</i>	125
6.3 Pengaruh Diskon Harga berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i>	126
6.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Impulsive buying</i>	127
6.5 Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	128
6.6 Pengaruh Diskon Harga terhadap <i>Impulsive buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	129
6.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Impulsive buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	131
6.8 Keterbatasan Penelitian	132
BAB VII PENUTUP	134
7.1 Kesimpulan.....	134
7.2 Saran	136
Daftar Pustaka	138
LAMPIRAN	144