

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK INDONESIA	iv
ABSTRAK INGGRIS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian.....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	14

1.4.2 Kegunaan Akademis.....	15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	15
1.5.2 Waktu Penelitian.....	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Pengertian Stimulus Internal	17
2.1.1.1 Definisi Para Ahli.....	18
2.1.1.2 Indikator Stimulus Internal.....	19
2.1.2 Pengertian Stimulus Eksternal.....	20
2.1.2.1 Definisi Para Ahli.....	20
2.1.2.2 Indikator Stimulus Eksternal.....	21
2.1.3 Pengertian Pembelian Impulsif	22
2.1.3.1 Indikator Pembelian Impulsif.....	24
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
2.2.1 Pengaruh Stimulus Internal Terhadap Pembelian Impulsif	34
2.2.2 Pengaruh Stimulus Eksternal Terhadap Pembelian Impulsif.....	34
2.2.3 Pengaruh Stimulus Internal dan Stimulus Eksternal Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	35
2.3 Hipotesis.....	37

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.2.1 Desain Penelitian	40
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	43
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	46
3.2.3.1 Sumber Data	46
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	47
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.2.4.1 Uji Validitas	54
3.2.4.2 Uji Reabilitas	53
3.2.4.3 Uji MSI.....	56
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	57
3.2.5.1 Rancangan Analisis	57
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif).....	57
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	58
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	72
4.1.1 Sejarah Perusahaan The Body Shop.....	72
4.1.2 The Body Shop Indonesia.....	76
4.1.3 Kondisi Bisnis Perusahaan	78
4.1.4 Filosofi dan Misi Perusahaan	81

4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	83
4.1.6 Job Description	84
4.1.7 Aktivitas Perusahaan	86
4.2 Karakteristik Responden	87
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
4.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	88
4.3 Analisis Deskriptif	89
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Stimulus Internal (X_1).....	91
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Stimulus Eksternal (X_2).....	98
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif (Y).....	102
4.4 Analisis Verifakit	107
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	108
4.4.1.1 Uji Normalitas	108
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas	109
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas	111
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	111
4.4.3 Analisis Korelasi.....	114
4.4.3.1 Analisis Korelasi Parsial.....	114
4.4.3.2 Analisis Korelasi Simultan	116
4.4.4 Koefisien Determinasi	117
4.5 Pengujian Hipotesis.....	119
4.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (UJI T)	119
4.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (UJI F).....	124

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pengunjung Mall Terbanyak.....	7
Tabel 1.2.	Transaksi Pembelian The Body Shop	8
Tabel 1.3.	Kuesioner Awal Variabel Stimulus Internal	9
Tabel 1.4.	Kuesioner Awal Variabel Stimulus Eksternal	10
Tabel 1.5.	Kuesioner Awal Variabel Pembelian Impulsif	11
Tabel 1.6	Jadwal Kegiatan Penelitian	16
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1.	Desain Penelitian	42
Tabel 3.2.	Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.3.	Interpretasi Nilai Validitas	53
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas Instrumen	54
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen	56
Tabel 3.7.	Kriteria Presentasi Tanggapan Responden	58
Tabel 3.8.	Tingkat Keeratan Korelasi	65
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 4.3	Kriteria Persentase Tanggapan Responden.....	91
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Consumer Characteristic.....	91
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Situational Factor.....	93
Tabel 4.6	Rekapitulasi Responden Stimulus Internal	95
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Store Characteristics	97
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Product Characteristic.....	98
Tabel 4.9	Rekapitulasi Responden Stimulus Eksternal.....	100

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Aspek Kognitif.....	102
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Aspek Afektif.....	104
Tabel 4.12	Rekapitulasi Responden Pembelian Impulsif.....	106
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Data Residual.....	108
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	109
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	111
Tabel 4.16	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	112
Tabel 4.17	Hubungan Antara Stimulus Internal dengan Pembelian Impulsif.....	114
Tabel 4.18	Hubungan Antara Stimulus Eksternal dengan Pembelian Impulsif	115
Tabel 4.19	Hasil Analisis Korelasi Simultan	116
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi Parsial.....	117
Tabel 4.21	Koefisien Determinasi Simultan	119
Tabel 4.22	Pengujian Hipotesis Parsial X1	120
Tabel 4.23	Pengujian Hipotesis Parsial X2.....	122
Tabel 4.24	Pengujian Hipotesis Simultan (UJI F).....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Perkembangan Industri Kosmetik	2
Gambar 2.1.	Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 3.1.	Desain Penelitian.....	42
Gambar 3.2.	Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	69
Gambar 3.3.	Daerah penolakan dan penerimaan Hipotesis pada Uji F	71
Gambar 4.1	Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan.....	78
Gambar 4.2	Struktur Organisasi The Body Shop	83
Gambar 4.3	Garis Kontinum Stimulus Internal	95
Gambar 4.4	Garis Kontinum Stimulus Eksternal	101
Gambar 4.4	Garis Kontinum Pembelian Impulsif	106
Gambar 4.5	Uji Hipotesis Parsial X1	121
Gambar 4.6	Uji Hipotesis Parsial X2.....	123
Gambar 4.7	Uji Hipotesis Simultan X1 dan X2 Terhadap Y.....	125