

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>I</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>X</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah ...	16
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	16
1.2.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	17
1.3.1 Maksud Penelitian .....	17
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4.1 Kegunaan Praktis .....	18
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	19
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	20
1.5.2 Waktu Penelitian .....	20
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>21</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	21
2.1.1 Keterlibatan Mode.....	21

2.1.1.1 Pengertian Keterlibatan Mode.....	21
2.1.1.2 Karakteristik Keterlibatan Mode.....	22
2.1.1.3 Indikator Keterlibatan Mode.....	23
2.1.2 Konsumsi Hedonis.....	24
2.1.2.1 Pengertian Konsumsi Hedonis.....	24
2.1.2.2 Indikator Konsumsi Hedonis.....	26
2.1.2.3 Dimensi Konsumsi Hedonis.....	26
2.1.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Hedonis.....	28
2.1.3 Pembelian Impulsif.....	29
2.1.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif.....	29
2.1.3.2 Karakteristik Pembelian Impulsif...	30
2.1.3.2 Indikator Pembelian Impulsif.....	31
2.1.3.3 Klasifikasi Pembelian Impulsif.....	32
2.1.4 Penelitian Terdahulu .....	33
2.2 Kerangka Pemikiran .....	44
2.3 Hipotesis Penelitian .....	48
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Objek Penelitian .....	50
3.2 Metode Penelitian .....	51
3.2.1 Desain Penelitian .....	52
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	55
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data .....	59

3.2.3.1	Sumber Data .....	59
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data .....	60
3.2.3.2.1	Populasi.....	60
3.2.3.2.2	Sampel.....	60
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.2.4.1	Uji Validitas .....	62
3.2.4.2	Uji Reliabilitas .....	64
3.2.4.3	Uji MSI .....	65
3.2.5	Rancangan Analisis Data.....	67
3.2.5.1	Rancangan Analisis .....	67
3.2.5.1.1	Analisis Deskriptif .....	67
3.2.5.1.2	Analisis Verifikatif .....	67
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	78
4.1.1	Sejarah Singkat Zara.....	80
4.1.1.1	Sejarah Zara di Indonesia.....	81
4.1.2	Visi dan Misi Zara.....	81
4.1.2.1	Visi.....	81
4.1.2.2	Misi.....	83
4.1.3	Struktur Organisasi.....	84
4.1.3.1	Uraian Tugas.....	85
4.1.4	Aktivitas Perusahaan.....	85

4.2	Karakteristik Responden.....	90
4.3	Analisis Deskriptif.....	94
4.3.1	Keterlibatan Mode.....	95
4.3.2	Konsumsi Hedonis.....	102
4.3.3	Pembelian Impulsif.....	111
4.4	Analisis Verifikatif.....	117
4.4.1	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	117
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	117
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	119
4.4.2.2	Uji Multikolineritas.....	122
4.4.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	123
4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi.....	124
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	127
4.5	Pengujian Hipotesis.....	130
4.5.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)..	130
4.5.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	132
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	156
5.1	Kesimpulan.....	156
5.2	Saran.....	157
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		159
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>		162