

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1 Maksud Penelitian.....	15
1.3.2 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Kegunaan Akademis	16
1.4.2 Kegunaan Praktis	16
1.4.3 Lokasi Penelitian.....	17
1.4.4 Waktu penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	18

2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Orientasi Belanja.....	18
2.1.1.1 Dimensi Orientasi Belanja	21
2.1.1.2 Indikator Orientasi Belanja	22
2.1.2 Atribut Toko	25
2.1.2.1 Ruang Lingkup Atribut Toko.....	27
2.1.2.2 Faktor-Faktor Atribut Toko.....	28
2.1.2.3 Indikator Atribut Toko	29
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	35
2.1.3.1 Jenis-Jenis Kategori <i>Impulse Buying</i>	38
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	39
2.1.3.3 Indikator <i>Impulse Buying</i>	40
2.1.4 Penelitian Terdahulu	43
2.2 Kerangka Pemikiran	49
2.2.1 Keterkaitan Orientasi Belanja Terhadap <i>Impulse Buying</i>	51
2.2.2 Keterkaitan Atribut Toko Terhadap <i>Impulse Buying</i>	51
2.2.3 Keterkaitan Orientasi Belanja dan Atribut Toko Terhadap <i>Impulse Buying</i>	52
2.3 Paradigma Penelitian	53
2.4 Hipotesis Penelitian	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Objek Penelitian	55
3.2 Metode Penelitian.....	56
3.2.1 Desain Penelitian	57
3.2.2 Operasional Variabel	59

3.2.2.1 Sumber dan Teknik penentuan data	63
3.2.2.2 Sumber Data (Primer dan Sekunder)	63
3.2.2.3 Teknik Penentuan Data	64
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.2.1.1 Uji Validitas	68
3.2.1.2 Uji Realibilitas	71
3.2.1.3 Uji MSI.....	72
3.2.4 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	73
3.2.4.1 Rancangan Analisis.....	73
3.2.4.2 Pengujian Hipotesis.....	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Gambaran Umum Super Indo Dago Bandung	85
4.1.1 Sejarah Singkat Super Indo Dago Bandung	85
4.1.2 Sturktur Organisasi	86
4.2 Karakteristik Responden	86
4.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	87
2.4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	88
4.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan.....	89
4.3 Analisis Deskriptif.....	90
4.3.1 Orientasi Belanja.....	91
4.3.2 Atribut Toko	102
4.3.3 <i>Impulse Buying</i>	114
4.4 Analisis Verifikatif	124
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	124

4.4.1.1 Uji Normalitas	124
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas	127
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas	128
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda	129
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi	132
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	136
4.5 Pengujian Hipotesis	139
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	140
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	146
4.5.3 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	150
5.1 Kesimpulan.....	150
5.2 Saran	151
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN.....	161