

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	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	14

1.3.1	Maksud Penelitian	14
1.3.2	Tujuan Penelitian	14
1.4	Kegunaan Penelitian	15
1.4.1	Kegunaan Akademis.....	15
1.4.2	Kegunaan Praktis	16
1.5	Lokasi dan Waktu Penelitian	16
1.5.1	Lokasi Penelitian	16
1.5.2	Waktu Penelitian.....	17

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS..... 18

2.1	Kajian Pustaka.....	18
2.1.1	Materialisme	18
2.1.1.1	Indikator Materialisme	19
2.1.2	Hedonic Shopping Value	21
2.1.2.1	Indikator Hedonic Shopping Value	22
2.1.3	Pembelian Impulsif.....	25
2.1.3.1	Indikator Pembelian Impulsif	26
2.1.3.2	Faktor-faktor Pembelian Impulsif	28
2.1.3.3	Tipe-tipe Pembelian Impulsif	28
2.1.4	Hasil Penelitian Terdahulu	30
2.2	Kerangka Pemikiran	32

2.2.1 Hubungan Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif.....	33
2.2.2 Hubungan Hedonic Shopping Value Terhadap Pembelian Impulsif ...	34
2.2.3 Hubungan Materialisme Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Pembelian Impulsif	35
2.2.4 Paradigma Penelitian	37
2.3 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.2.1 Desain Penelitian	41
3.2.2 Operasional Variabel	44
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	48
3.2.3.1 Sumber Data	48
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	51
3.2.4.1 Uji Validitas.....	52
3.2.4.2 Uji Reliabilitas.....	54
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	69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	69
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	69
4.1.2 Visi dan Misi.....	70
4.1.2.1 Visi	70
4.1.2.2 Misi.....	71
4.1.3 Struktur Organisasi	71
4.1.3.1 Uraian Tugas (Job Description).....	72
4.2 Karakteristik Responden.....	73
4.3 Analisis Deskriptif	78
4.3.1 Materialisme	79
4.3.2 Hedonic Shopping Value	88
4.3.3 Pembelian Impulsif.....	97
4.4 Analisis Verifikatif.....	105
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	105
4.4.1.1 Uji Normalitas	105
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas	107
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	108
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda	110

4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi	112
4.4.3.1 Analisis Koefisien Korelasi Parsial	112
4.4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi Simultan	116
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	117
4.4.4.1 Analisis Koefisien Determinasi Parsial	117
4.4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi Simultan.....	119
4.5 Pengujian Hipotesis	120
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	120
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	139