

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	18
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	18
1.2.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	19
1.3.1 Maksud Penelitian .....	19
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Kegunaan Penelitian.....	20
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	20
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	21
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	21
1.5.2 Waktu penelitian .....	21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Kajian Pustaka.....	23
2.1.1 Hedonic Shopping Motivation .....	23
2.1.1.1 Hedonic Shopping Motivation .....	23
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Hedonic Shopping Motivation .....	25
2.1.1.3 Indikator Hedonic Shopping Motivation .....	26
2.1.2 Shopping Lifestyle .....	29
2.1.2.1 Pengertian Shopping Lifestyle .....	29
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Shopping Lifestyle .....	31
2.1.2.3 Indikator Shopping Lifestyle.....	32
2.1.3 Fashion Involvement .....	34
2.1.3.1 Definisi Fashion Involvement .....	34
2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Fashion Involvement.....	35
2.1.3.3 Indikator Fashion Involvement .....	36
2.1.4 Impuls Buying .....	38
2.1.4.1 Pengertian Impuls Buying.....	38
2.1.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Impuls Buying .....	40
2.1.4.3 Tipe-tipe dalam Impuls Buying .....	42
2.1.4.4 Indikator Impuls Buying .....	43
2.1.5 Penelitian Terdahulu .....	46
2.2 Kerangka Pemikiran .....	51
2.2.1 Teori Keterkaitan.....	52
2.2.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impuls Buying</i> ...	52
2.2.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impuls Buying</i> .....	53

2.2.4	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impuls Buying</i> .....	54
2.2.5	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Lifestyle</i> , <i>Shopping Lifestyle</i> , <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> . .....	54
2.3	Hipotesis Penelitian.....	57
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>58</b>
3.1	Objek Penelitian .....	58
3.2	Metode Penelitian.....	58
3.2.1	Desain Penelitian.....	59
3.2.2	Operasional Variabel.....	62
3.2.3	Sumber dan Teknik penentuan data .....	69
3.2.3.1	Sumber Data (Primer dan Sekunder) .....	69
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data .....	70
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.2.4.1	Uji Validitas .....	74
3.2.4.2	Uji Realibilitas .....	76
3.2.4.3	Uji MSI .....	77
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	79
3.2.5.1	Rancangan Analisis.....	79
3.2.5.2	Pengujian Hipotesis.....	85
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>90</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	90
4.1.1	Sejarah Singkat.....	90
4.1.2	Visi Dan Misi .....	91
4.1.3	Struktur Organisasi.....	91
4.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	92

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	93
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	95
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	97
4.3	Hasil Analisis Deskriptif .....	98
4.3.1	Hedonic Shopping Motivation .....	99
4.3.2	Shopping Lifestyle .....	113
4.3.3	Fashion Involvement .....	120
4.3.4	Impuls Buying .....	128
4.4	Hasil Analisis Verifikatif .....	139
4.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	139
4.4.1.1	Uji Normalitas .....	139
4.4.1.2	Uji Multikolinieritas .....	141
4.4.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	142
4.4.2	Persamaan Regresi Linear Berganda.....	144
4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi.....	147
4.4.3.1	Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	147
4.4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi Simultan .....	151
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	151
4.4.4.1	Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	152
4.4.4.2	Analisis Koefisien Determinasi Simultan .....	153
4.5	Pengujian Hipotesis.....	154
4.5.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	154
4.5.1.1	Pengujian Hipotesis Parsial <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	154
4.5.1.2	Pengujian Hipotesis Parsial <i>Shopping Lifestyle</i> .....	156

4.5.1.3 Pengujian Hipotesis Parsial <i>Fashion Involvement</i> .....	158
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	160
4.5.3 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	162
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	164
5.1 Kesimpulan.....	164
5.2 Saran.....	168
DAFTAR PUSTAKA .....	170
LAMPIRAN.....	180