DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah..... 6

1.2.1 Identifikasi Masalah 6

1.2.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 6

1.3.1 Maksud Penelitian..... 6

1.3.2 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Penelitan..... 7

1.4.1 Kegunaan Praktis..... 7

1.4.1.1 Bagi Perusahaan 7

1.4.1.2 Bagi Pihak Lain..... 7

1.4.2 Kegunaan Akademis..... 7

1.4.2.1 Pengembangan Ilmu..... 7

1.4.2.2 Bagi Penulis..... 8

1.4.2.3 Bagi Peneliti Lain. 8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian..... 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 9
2.1.1 Pergeseran Paraadigma Pemasaran 9
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen 12
2.1.1.2 Respon Lingkungan Berbelanja 12
2.1.1.3 Pembelian Impulsif 15
2.1.1.3.1 Pengertisan Pembelian Impulsif..... 15
2.1.1.3.2 Karakteristik Pembelian Impulsif 16
2.1.1.3.3 Tipe-Tipe Pembelian Impulsif 16
2.1.1.4 Pengaruh Lingkungan Berbelanja Terhadap Kegiatan Impulsif..... 21
2.2 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis 23
2.2.1 Kerangka Pemikiran..... 23
2.2.2 Hipotesis..... 25

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 26
3.2 Metode Penelitian..... 27
3.2.1 Desain Penelitian..... 28
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian..... 31
3.2.3 Metode Penarikan Sampel..... 35
3.2.3.1 Populasi 35
3.2.3.2 Sampel..... 35
3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data..... 37
3.2.4.1 Jenis Data 37
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data 37
3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Uji Hipotesis 38

3.2.5.1 Metode Analisis..... ... 38
3.2.5.1.1 Uji Kualitas Data..... 40
3.2.5.1.1.1 Uji Validitas. 41
3.2.5.1.1.2 Uji Realibilitas 43
3.2.5.1.2 Analisis Deskriptif 45
3.2.5.1.3 Analisis Verifikatif..... 47
3.2.5.1.3.1 Analisis Regresi Liniar Sederhana. 48
3.2.5.1.3.2 Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method (Pearson)*..... 49
3.2.5.1.3.3 Analisis Koefisien Determinasi. 50
3.2.5.2 Perancangan Hipotesis..... . 52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian..... 54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 54
4.1.2 Struktur Organisasi Blossom Factory Outlet..... 56
4.1.3 Deskripsi Jabatan Blossom Factory Outlet..... 56
4.1.4 Aspek Perusahaan..... 59
4.2 Pembahasan..... 59
4.2.1 Identitas Responden..... 59
4.2.2 Dampak Respon Lingkungan Berbelanja terhadap Perilaku Pembelian Implsif pada Blossom Factory Outlet..... 94
4.2.2.1 Analisis Verifikatif..... 94
4.2.2.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana 94
4.2.2.1.2 Analisis Koefisien Product Moment Method (Pearson)..... 100
4.2.2.1.3 Analisis Koefisien Determinasi..... 102
4.2.2.1.4 Uji Hipotesis..... 103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 106

5.2 Saran..... 107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP