DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
MOTTO iii
ABSTRACT iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR GAMBAR xxi
DAFTAR TABEL xxii
DAFTAR LAMPIRAN xxv
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 7
1.2.1 Identifikasi Masalah 7
1.2.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8
1.3.1 Maksud Penelitian 8
1.3.2 Tujuan Penelitian 8
1.4 Kegunaan Penelitian 9
1.5 Waktu dan Tempat Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Halaman

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Fashion Involvement 12

2.1.1.1 Indikator Fashion Involvement 15

2.1.2 In-Store Shopping Environment 17

2.1.2.1 Indikator In-Store Shopping Environment 21

2.1.3 Pembelian Impulsif 22

2.1.3.1 Pengertian Impulsif 24

2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pembelian Impulsif .. 25

2.1.3.3 Indikator Pembelian Impulsif 26

2.2 Kerangka Pemikiran 28

2.2.1 Keterkaitan antar variabel yang terdiri dari Fashion Involvement, In-Store Shopping Environment dan Pembelian Impulsif …… 29

2.2.1.1 Hubungan antar Fashion Involvement terhadap Pembelian Impulsif ……..…… 29

2.2.1.2 Hubungan antar In-Store Shopping Environment terhadap Pembelian Impulsif ……... 31

2.3 Hipotesis 33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Halaman

3.1 Objek Penelitian 34

3.2 Metode Penelitian ……..... 35

3.2.1 Desain Penelitian ……..... 36

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian ……... 40

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data …… 44

3.2.3.1 Sumber Data Penelitian …… 44

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data ……..... 45

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data …….. 47

3.2.4.1 Uji Validitas ……. 48

3.2.4.2 Uji Realibilitas ……. 51

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis ……..... 54

3.2.5.1 Rancangan Analisis ……...…….. 54

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kuantitatif) ...…..…….. 54

3.2.5.1.2 Analisis Verivikatif (Kuantitatif) …….. 56

3.2.5.2 Uji Hipotesis ……..... 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 65

4.1.1 Sejarah Perusahaan 65

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 66

Halaman

4.1.3 Job Description 67

4.1.4 Aktivitas Perusahaan 70

4.2 Karakteristik Responden 71

4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Status Pelanggan di Manonjaya Batik Center Bandung …… 71

4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan pelanggan di Manonjaya Batik Center Bandung ……... 73

4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Pelanggan di Manonjaya Batik Center Bandung …… 74

4.2.4 Identitas Responden Batik Mengenai Frekuensi Kunjungan Pelanggan di Manonjaya Batik Center Bandung ……. 76

4.3 Analisis Deskriptif 77

4.3.1 Analisis Deskriptif *Fashion Involvement* …… 77

4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Karakteristik Konsumen …… 78

4.3.1.1.1 Model Yang Terbaru (Trend) …… 78

4.3.1.1.2 Fashion Mendukung Aktifitas 79

4.3.1.1.3 Berbeda Dengan Yang Lain 80

4.3.1.1.4 Pakaian Menunjukan Karakter 81

4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Tentang *Fashion* ……..... 83

4.3.1.2.1 Pengetahuan Tentang *Fashion* 84

Halaman

4.3.1.2.2 Pakaian Favorit 85

4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian …. 87

4.3.1.3.1 Mencoba Sebelum Membelinya 87

4.3.1.3.2 Mengetahui adanya *fashion* terbaru 88

4.3.2 Analisis Deskriptif *In-Store Shopping Environment* ……... 93

4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Aspek Lingkungan Sosial …… 93

4.3.2.1.1 Mempengaruhi Untuk Memasuki Toko …… 93

4.3.2.1.2 Iklan Di Sebuah Toko ……... 94

4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Aspek Lingkungan Fisik …….. 97

4.3.2.2.1 Interior Toko 97

4.3.2.2.2 Suasana Terasa Nyaman 98

4.3.3 Analisis Deskriptif Pembelian *Impulsif* ……... 103

4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Khusus ……. 103

4.3.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Model Terba ……... 105

4.3.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Tanpa Berfikir Saat Membeli ……... 106

4.3.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Langsung Memasuki Toko 108

4.3.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Terobsesi Belanja ….... 110

Halaman

4.3.3.6 Tanggapan Responden Terhadap Cenderung Membeli Produk *Fashion* Walaupun Tidak Membutuhkan …… 112

4.4 Analisis Verifikatif 115

4.4.1 Pengaruh *Fashion Involvement* dan *In-Store Shopping Environment* Terhadap Pembelian *Impulsif* pada Manonjaya Batik Center Bandung …….. 115

4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda …… 116

4.4.3 Analisis Korelasi Berganda ……. 119

4.4.3.1 Analisis Korelasi Parsial Antara *Fashion Involvement* dengan Pembelian *Impulsif* …… 120

4.4.3.2 Analisis Korelasi Parsial Antara *In-Store Shopping Environment* dengan Pembelian *Impulsif* …… 121

4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi ……... 123

4.4.5 Pengujian Hipotesis ……. 125

4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) …….. 125

4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) ……... 127

4.4.5.2.1 Pengujian X_1 (*Fashion Involvement*) ……... 127

4.4.5.2.2 Pengujian X_2 (*In-Store Shopping Environment*) ……... 129

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Halaman

5.1 Kesimpulan 132

5.2 Saran 133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN