DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN iii
MOTTO iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xvii
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah 6
1.2.1 Identifikasi Masalah 6
1.2.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian 8
1.3.1 Maksud Penelitian 8
1.3.2 Tujuan Penelitian 8
1.4 Kegunaan Penelitian 9
1.4.1 Kegunaan Praktis 9
1.4.2 Kegunaan Akademis 9
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian 10
1.5.1 Lokasi Penelitian 10
1.5.2 Waktu Penelitian 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka 12
2.1.1 Lingkungan Belanja 12
2.1.1.1 Pengertian Lingkungan Belanja 12
2.1.1.2 Indikator Lingkungan Belanja 13
2.1.2 Respon Emosi 15
2.1.2.1 Pengertian Respon Emosi 15
2.1.2.2 Teori-Terori Emosi 16
2.1.2.3 Fungsi Emosi 17

2.1.2.4 Jenis Dan Pengelompokan Respon Emosi 18
2.1.2.5 Indikator Respon Emosi 19
2.1.3 Pembelian Impulsif 20
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Pembelian Impulsif 20
2.1.3.2 Tipe Pembelian Impulsif 21
2.1.3.3 Karakteristik Kecenderungan Pembelian Impulsif 21
2.1.3.4 Karakteristik Produk Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif 22
2.1.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kecenderungan Pembelian Impulsif 22
2.1.3.6 Indikator Pembelian Impulsif 24
2.1.3.7 Skala Pengukur Pembelian Impulsif 25
2.1.4 Hasil Penelitian terdahulu 27
2.2 Kerangka Pemikiran 32
2.2.1 Pengaruh Lingkungan Belanja Terhadap Pembelian Tidak Terencana 34
2.2.2 Pengaruh Respon Emosi Terhadap Pembelian Tidak Terencana 35
2.2.3 Pengaruh Lingkungan Belanja Dan Respon Emosi Terhadap Pembelian Tidak Terencana 36
2.3 Hipotesis 38

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 40
3.2 Metode Penelitian 41
3.2.1 Desain Penelitian 41
3.2.2 Operasional Variabel 46
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 51
3.2.3.1 Sumber Data 51
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 52
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 54
3.2.4.1 Uji MSI 56
3.2.4.2 Uji Validitas 57
3.2.4.3 Uji Reliabilitas 61
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 64
3.2.5.1 Rancangan Analisis 64
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 73
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 73
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 78
4.2 Karakteristik Responden 85
4.3 Analisis Deskriptif 90
4.3.1 Analisis Deskriptif Lingkungan Belanja (X_1) 90
4.3.2 Analisis Deskriptif Respon Emosi Konsumen ($X_{2)}$ 98

4.3.3 Analisis Deskriptif Pembelian Tidak Terencana 108
4.4 Analisis Verifikatif..... 116
4.4.1 Regresi Linear Berganda..... 116
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi 118
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi 121
4.4.4 Pengujian Hipotesis 122
4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 123
4.4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)..... 125
4.4.4.2.1 Pengujian Hipotesis Parsial Pengaruh Lingkungan Belanja Terhadap Pembelian Tidak Terencana..... 125
4.4.4.2.2 Pengujian Hipotesis Parsial Respon Emosi Terhadap Pembelian Tidak Terencana..... 127

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 129
5.2 Saran 131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN