DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRACT **..... i**

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR GRAFIK xii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 10

1.2.1 Identifikasi Masalah 10

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian.....11

1.4 Kegunaan Penelitian.....11

1.4.1 Kegunaan Praktis.....11

1.4.2 Bagi Akademis.....12

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

1.5.1 Lokasi Penelitian 12

1.5.2 Waktu Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 14

2.1.1 *Hedonic Shopping Motive* 14

2.1.1.1 Pengertian *Hedonic Shopping Motive* 14

2.1.1.2 *Indikator Hedonic Motive*.....*16*

2.1.2 *Price Discount*.....*18*

2.1.2.1 Pengertian *Price Discount*.....*18*

2.1.2.2 Jenis- Jenis *Discount*.....*19*

2.1.2.3 Faktor – Faktor Pemberian *Discount*.....*22*

2.1.2.4 Tujuan adanya *Discount*.....*22*

2.1.2.5 Indikator Pengukur *Discount*.....*23*

2.1.3 Pembelian Impulsif.....23

2.1.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif.....23

2.1.3.2 Tipe Pembelian Impulsif.....24

2.1.3.3 Perspektif Dalam Pembelian Impulsif 25

2.1.3.4 Penyebab Terjadinya Impulsif.....26

2.1.3.5 Indikator Pembelian Impulsif 26

2.1.3.5.1 Pendekatan Kognitif 27

2.1.3.5.2 Pendekatan Afektif 27

2.2 Kerangka Pemikiran.....30

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel.....33
2.2.1.1 Keterkaitan antara Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan *(Hedonic)* dengan Pembelian Impulsif.....33
2.2.1.2 Keterkaikan Antara Price Discount Terhadap Impulse Buying Keterkaikan Antara *Hedonic Shopping Motive* dan *Price Discount* 33
2.2.1.3 Terhadap *Impulse Buying* *33*
2.3 Hipotes.....35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....36
3.2 Metode Penelitian 37
3.2.1 Desain Penelitian 37
3.2.2. Operasional Variabel 41
3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data.....43
3.2.3.1. Sumber Data (Primer dan Sekunder).....44
3.2.3.2. Teknik Penentuan Data (Penentuan Sampel Minimal).....44
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....46
3.2.4.1. Uji Validitas.....48
3.2.4.2. Uji Reabilitas 51
3.2.4.3. Uji MSI (Data Ordinal ke Interval) 53
3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....54
3.2.5.1 Rancangan Analisis 54
3.2.5.1.1. Analisis Deskriptif (Kualitatif).....55

3.2.5.1.2. Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 56

3.2.6. Pengujian Hipotesis 65

3.2.6.1 Hipotesis Penelitian 65

3.2.6.2. Pengujian Hipotesis 66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum 71

4.1.1 Sejarah Perusahaan 71

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....73

4.1.3 Logo Perusahaan 73

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 74

4.1.5 Uraian Tugas *(Job Description)*.....75

4.1.6 Aktivitas Perusahaan.....77

4.2.Pembahasan Penelitian.....80

4.2.1. Karakteristik Responden 82

4.2.2. Analisis Deskriptif 85

4.2.2.1. Analisis Deskriptif *Hedonic Shopping Motive* sebagai Variabel X_1 85

4.2.2.2. Analisis Deskriptif *Price Discount* sebagai Variabel X_2.....100

4.2.2.3. Analisis Deskriptif *Impulse Buying* sebagai Variabel Y 105

4.2.3 Analisis Verifikatif.....113

4.2.3.1. Persamaan Regresi Linier Berganda.....113

4.2.3.2. Analisis Korelasi 119

4.2.3.3. Analisis Koefesien Determinasi 122

4.2.3.4. Uji Hipotesis 124

4.2.3.4.1. Pengujian Secara Parsial (Uji-T) 124

4.2.3.4.2. Pengujian Secara Simultan (Uji-F) 128

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 131

5.2 Saran 133

DAFTAR PUSTAKA 136

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradgima Kerangka Pemikiran 34

Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 70

Gambar 4.1 Struktur Organisai Sogo PVJ Bandung 75

Gambar 4.2 Garis Kontinum mengenai Variabel *Hedonic Shopping Motive* *99*

Gambar 4.3 Garis Kontinum mengenai Variabel *Price Discount* *104*

Gambar 4.4 Garis Kontinum mengenai Variabel *Impulse Buying* *111*

Gambar 4.5 Grafik *Normal Probability Plot* *115*

Gambar 4.6 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastitas 116

Gambar 4.7 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji *Hedonic Shopping Motive* terhadap *Impulse Buying*.....*125*

Gambar 4.8 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* *126*

Gambar 4.9 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-F) Pada Uji *Hedonic Shopping Motive* *129*

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Nilai penjualan Retail Negasa Asia 2017.....1

Grafik 1.2 Indikasi-indikasi Konsumen Indonesia Semakin Impulsif Dalam Berbelanja.....3

Grafik 1.2 Data Pengunjung yang Bertransaksi di SOGO PVJ 6

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey Awal *HedonicShopping Motive* 7

Tabel 1.2 Hasil Survey Awal *Price Discount* 8

Tabel 1.3 Hasil Survey Awal *Impulse Buying* 9

Tabel 1.4 Pelaksanaan Penelitian 13

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 28

Tabel 3.1 Desain Penelitian 40

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian 42

Tabel 3.3 Skala Likert 47

Tabel 3.4 Standar Penilaian untuk Validitas 48

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas 49

Tabel 3.6 Standar Penilaian Untuk Reliabilitas 52

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas 52

Tabel 3.8 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal 58

Tabel 3.9 Tingkat Keeratan Kolerasi 64

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 81

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 82

Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan kunjungan Perbulan 84

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 87

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 87

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....87
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....88
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....89
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....90
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....91
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....92
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....93
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....94
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....95
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....96
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....96
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....97
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....98
Tabel 4.20 Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Hedonic Shopping Motive*.....*99*
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....100
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....102
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....103
Tabel 4.24 Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Price Discount* *104*
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....105
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....106
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....107

Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....108
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....109
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan.....110
Tabel 4.31 Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Impulse Buying*.....111
Tabel 4.32 Koefisien Regresi Linier Berganda.....112
Tabel 4.33 Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov.....114
Tabel 4.34 Uji Multikolinieritas.....116
Tabel 4.35 Koefisien Korelasi *Hedonic Shopping Motive* Dengan *Impulse Buying*.....119
Tabel 4.36 Koefisien Korelasi *Price Discount* dengan *Impulse Buying*.....120
Tabel 4.37 Koefisien Korelasi Simultan *Hedonic Shopping Motive* dan *Price Discount* Dengan *Impulse Buying*.....121
Tabel 4.38 Koefisien Determinasi antara *Hedonic Shopping Motive* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying*.....122
Tabel 4.39 Koefisien Determinasi Parsial.....122
Tabel 4.40 Tabel Uji T (Parsial).....124
Tabel 4.41 Tabel Uji F (Simultan).....128

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2. Surat Balasan

Lampiran 3. Lembar Revisi Usulan Penelitian

Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan

Lampiran 5.Lembar Revisi Sidang

Lampiran 6. Kuesioner

Lampiran 7. Tabulasi

Lampiran 8. Output SPSS

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup