

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Teori Pendukung	17
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
2.1.2. <i>Impulse Buying Behavior</i>	18

2.1.3.	<i>Sales Promotion</i>	23
2.1.4.	<i>Hedonic Shopping</i>	28
2.1.5.	<i>Positive Emotion</i>	32
2.2.	Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	34
2.2.1.	Pengembangan Hipotesis	34
2.2.2.	Kerangka Teoretik.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.1.1.	Waktu Penelitian	44
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	44
3.2.	Desain Penelitian	45
3.3.	Populasi dan Sampel	45
3.3.1.	Populasi.....	45
3.3.2.	Sampel.....	45
3.4.	Pengembangan Instrumen	46
3.4.1.	<i>Impulse Buying Behavior (Y)</i>	47
3.4.2.	<i>Sales Promotion (X₁)</i>	48
3.4.3.	<i>Hedonic Shopping (X₂)</i>	49
3.4.4.	<i>Positive Emotion (Z)</i>	51
3.4.5.	Skala Pengukuran.....	52

3.5.	Teknik Pengumpulan Data	52
3.6.	Teknik Analisis Data	53
3.6.1.	Uji Validitas	53
3.6.2.	Uji Reliabilitas	53
3.6.3.	Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1.	Deskripsi Data	58
4.1.1.	Profil Responden	58
4.1.2.	Profil Data	61
4.2.	Hasil	68
4.3.	Pembahasan	75
BAB V	PENUTUP	82
5.1.	Kesimpulan	82
5.2.	Implikasi	83
5.3.	Keterbatasan Penelitian	85
5.4.	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	87	
LAMPIRAN	95	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103	