

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Pendukung.....	10
2.1.1 <i>Impulsive Buying</i>	10
2.1.2 <i>Positive Emotion</i>	12
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.4 <i>Discount</i>	15
2.1.5 <i>Hedonic Shopping Value</i>	17
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	19

2.2.1 <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	19
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Positive Emotion</i>	19
2.2.3 <i>Discount</i> dan <i>Positive Emotion</i>	20
2.2.4 <i>Discount</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	20
2.2.5 <i>Hedonic Shopping Value</i> dan <i>Positive Emotion</i>	21
2.2.6 <i>Hedonic Shopping Value</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	22
2.2.7 <i>Positive Emotion</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	23
2.3 Hipotesis Penelitian	23
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.2 Desain Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.4 Pengembangan Instrumen	30
3.4.1 Variabel Penelitian	30
3.4.2 Operasionalisasi Variabel	30
3.4.3 Skala Pengukuran	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.6.1 <i>Partial Least Square - Analisis Structural Equation Modelling</i> (<i>PLS-SEM</i>).....	36
3.6.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	36
3.6.3 Model Structural (<i>Inner Model</i>)	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1 Karakteristik Responden.....	42
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	51
4.2 Hasil	56
4.2.1 Pengujian <i>Outer</i>	56
4.2.2 Pengujian <i>Inner Model</i>	61

4.2.3 Uji Hipotesis	64
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	67
4.3.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	68
4.3.3 Pengaruh <i>Discount</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	69
4.3.4 Pengaruh <i>Discount</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	70
4.3.5 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Value</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	71
4.3.6 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Value</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	72
4.3.7 Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	73
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Implikasi	75
5.2.1 Implikasi Teoretis	75
5.2.2 Implikasi Praktis	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	77
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	85

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan PDB - Industri Pengolahan 2024	2
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
Gambar 4.2 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	61

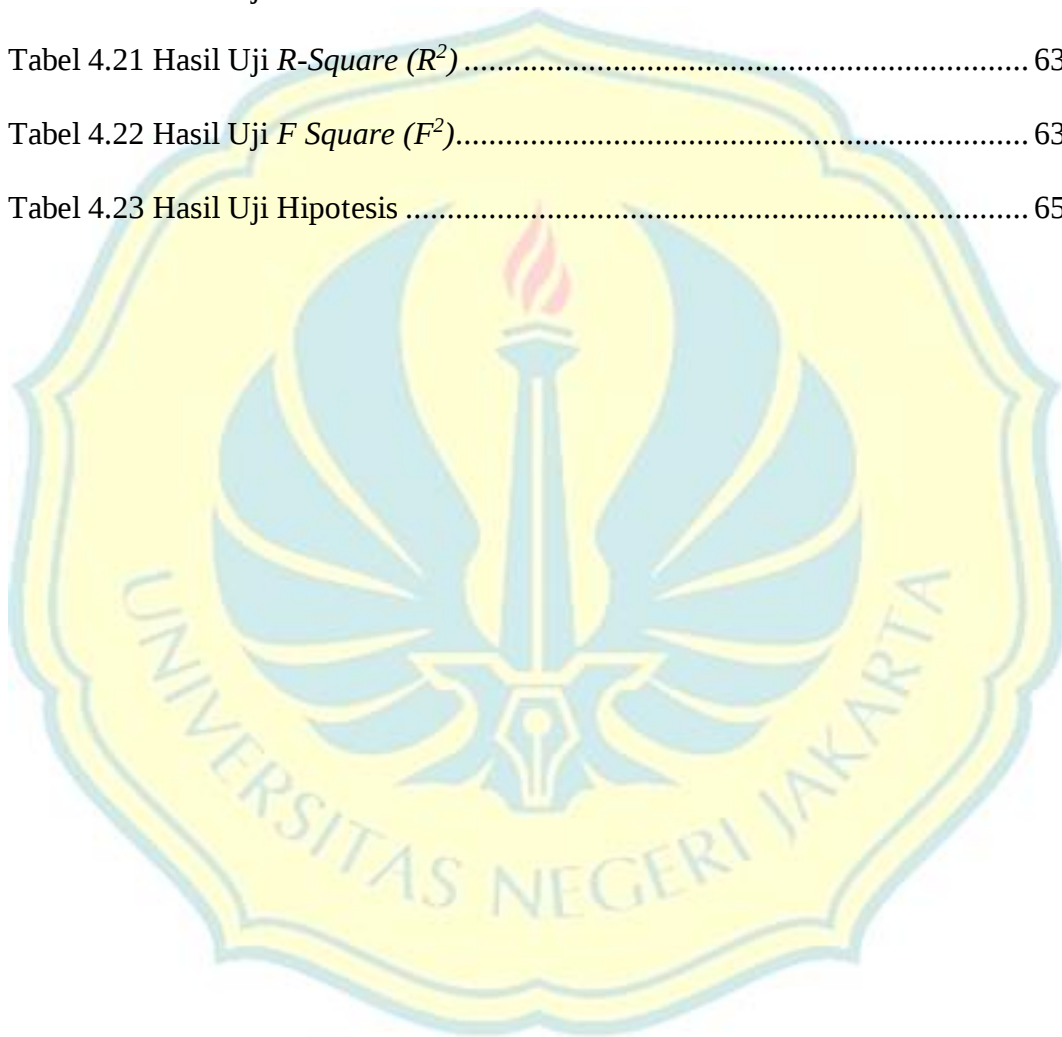


Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data TOP 10 Besar Fashion Retail 2021	3
Tabel 1.2 Indonesia Fashion User (in million)	3
Tabel 2.1 Hipotesis Variabel	25
Tabel 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Produk	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	48
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Perbulan	49
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	50
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	51
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel <i>Discount</i>	52
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel <i>Hedonic Shopping Value</i>	53
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel <i>Positive Emotion</i>	54
Tabel 4.15 Deskripsi Variabel <i>Impulsive Bulying</i>	55
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	56

Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Realibility</i>	58
Tabel 4.18 Hasil Pengujian HTMT.....	59
Tabel 4.19 Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Multikolinearitas</i>	62
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>R-Square</i> (R^2)	63
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>F Square</i> (F^2).....	63
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis	65



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	85
Lampiran 2 PERTANYAAN SCREENING.....	85
Lampiran 3 DEMOGRAFI RESPONDEN	86
Lampiran 4 PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER.....	88
Lampiran 5 PERNYATAAN KUESIONER.....	89
Lampiran 7 CEK TURNITIN DAN PLAGIARISME.....	91
Lampiran 8 RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	102



Intelligentia - Dignitas