

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I       PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	14
1.4 Perumusan Masalah.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
<b>BAB II       KAJIAN TEORITIK</b>	
2.1 Deskripsi Konseptual	
2.1.1 Pembelian Impulsif.....	16
2.1.2 Belanja Hedonik.....	20
2.1.3 Promosi Penjualan.....	25
2.1.4 Atmosfer Toko.....	28
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	32

2.3 Kerangka Teoretik.....	45
2.4 Perumusan Hipotesis Penelitian.....	48
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>
3.1 Tujuan Penelitian.....	50
3.2 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	50
3.3 Metode Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Sampel.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Operasional Variabel Penelitian.....	55
3.7 Teknik Analisis Data	
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2 Uji Instrumen.....	59
3.7.3 Uji Asumsi Dasar.....	61
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	67
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>
4.1 Deskriptif Unit Analisis	
4.1.1 Profil Responden.....	68
4.1.2 Deskripsi Variabel.....	74
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	
4.2.1 Uji Instrumen	

4.2.1.1 Hasil Uji Validitas.....	95
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	97
4.2.2 Uji Asumsi Dasar	
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	98
4.2.2.2 Uji Linearitas.....	99
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	
4.2.3.1 Uji Multikolinearitas.....	102
4.2.3.1 Uji Heteroskedastisitas.....	103
4.2.4 Analisis Regresi	
4.2.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	104
4.2.4.2 Uji T.....	106
4.2.4.3 Uji F.....	108
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	109
4.3 Pembahasan.....	110
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Implikasi.....	119
5.3 Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>135</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
I.1	Kategori <i>Convenience Store</i> .....	3
I.2	Perbandingan <i>Convenience Store</i> di Media Sosial Twitter.....	5
I.3	Laporan Penjualan 7-Eleven.....	7
II.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	44
III.1	Operasional Variabel.....	55
III.2	Pembagian Kelas Analisis Deskriptif <i>Mean</i> .....	59
IV.1	Jenis Kelamin Berdasarkan Usia.....	72
IV.2	Jenis Kelamin Berdasarkan Pekerjaan.....	73
IV.3	Jenis Kelamin Berdasarkan Pengeluaran Belanja Perbulan di 7-Eleven.....	73
IV.4	Tanggapan Responden Tentang Variabel Belanja Hedonik.....	75
IV.5	<i>Mean, Median, Mode, Standard Deviasi</i> Belanja Hedonik.....	79
IV.6	Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi Penjualan.....	81
IV.7	<i>Mean, Median, Mode, Standard Deviasi</i> Promosi Penjualan.....	84

IV.8	Tanggapan Responden Tentang Variabel	
	Atmosfer Toko.....	86
IV.9	<i>Mean, Median, Mode, Standard Deviasi</i>	
	Atmosfer Toko.....	89
IV.10	Tanggapan Responden Tentang Variabel	
	Pembelian Impulsif.....	91
IV.11	<i>Mean, Median, Standard Deviasi</i>	
	Pembelian Impulsif.....	94
IV.12	Hasil Uji Validitas Penelitian 7-Eleven.....	96
IV.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	98
IV.14	Hasil Uji Normalitas.....	99
IV.15	Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Y atas X1.....	100
IV.16	Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Y atas X2.....	100
IV.17	Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Y atas X3.....	101
IV.18	Hasil Uji Multikolinearitas.....	102
IV.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
IV.20	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	104
IV.21	Hasil Uji F.....	108
IV.22	Hasil Analisis Determinasi.....	109
IV.23	Hasil Penelitian.....	110

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
I.1	Pertumbuhan Quartil FMCG.....	1
II.1	Kerangka Model Penelitian.....	48
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan di 7-Eleven.....	71
V.1	Hasil Penelitian.....	118

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuesioner Pengaruh Belanja Hedonik, Promosi Penjualan dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pelanggan 7-Eleven	135
2.	Output Variabel Belanja Hedonik	139
3.	Output Variabel Promosi Penjualan	142
4.	Output Variabel Atmosfer Toko	145
5.	Output Variabel Pembelian Impulsif	148
6.	Output Uji Validitas dan Reliabilitas	151
7.	Output Total Variabel Bebas dan Terikat	155
8.	Hasil Uji Penelitian Dengan Program SPSS	158