

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Survei awal mengenai promosi di Miniso Green Pramuka Square	6
Gambar I.2 Survei awal mengenai kesenangan berbelanja.....	7
Gambar I.3 Survei awal mengenai suasana toko	8
Gambar II.1 Kerangka Teori X1, X2 dan X3 terhadap Y	25
Gambar III.1 Korelasi X1, X2 dan X3 (Hedonic Shopping, Store Atmosphere dan Sales Promotion) dengan Y (Impulse Buying)	29
Gambar IV.1 Grafik Usia Responden	54
Gambar IV.2 Grafik Fakultas Responden	54
Gambar IV.3 Grafik Histogram Impulse Buying.....	59
Gambar IV.4 Grafik Histogram Hedonic Shopping	63
Gambar IV.5 Grafik Histogram Store Atmosphere	67
Gambar IV.6 Grafik Histogram Sales Promotion	71
Gambar IV.7 Grafik Hubungan antara Hedonic Shopping, Store Atmosphere dan Sales Promotion dengan Impulse Buying Persaman Regresi $\hat{Y} = 8,451 + 0,205 X1 + 0,278 X2 + 0,276 X3$	78

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Kisi – kisi Instrumen <i>Impulse Buying</i>	32
Tabel III.2 Skala Intrumen Penilaian <i>Impulse Buying</i>	33
Tabel III.3 Kisi – kisi Instrumen <i>Hedonic Shopping</i>	36
Tabel III.4 Skala Intrumen Penilaian <i>Hedonic Shopping</i>	37
Tabel III.5 Kisi – kisi Instrumen <i>Store Atmosphere</i>	41
Tabel III.6 Skala Intrumen Penilaian <i>Store Atmosphere</i>	41
Tabel III.7 Kisi – kisi Instrumen <i>Sales Promotion</i>	45
Tabel III.8 Skala Intrumen Penilaian <i>Sales Promotion</i>	46
Tabel IV.1 Profil Responden.....	54
Tabel IV.2 Profil Fakultas Responden	56
Tabel IV.3 Statistika Deskriptif <i>Impulse Buying</i>	58
Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi <i>Impulse Buying</i>	58
Tabel IV.5 Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Impulse Buying</i>	59
Tabel IV.6 Statistika Deskriptif <i>Hedonic Shopping</i>	62
Tabel IV.7 Distribusi Frekuensi <i>Hedonic Shopping</i>	62
Tabel IV.8 Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Hedonic Shopping</i>	64
Tabel IV.9 Statistika Deskriptif <i>Store Atmosphere</i>	66
Tabel IV.10 Distribusi Frekuensi <i>Store Atmosphere</i>	66
Tabel IV.11 Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Store Atmosphere</i>	68
Tabel IV.12 Statistika Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	69
Tabel IV.13 Distribusi Frekuensi <i>Sales Promotion</i>	70

Tabel IV.14 Rata-rata Hitung Skor Sales Promotion.....	71
Tabel IV.15 Uji Normalitas.....	73
Tabel IV.16 Uji Linearitas Variabel X1 terhadap Y	74
Tabel IV.17 Uji Linearitas Variabel X2 terhadap Y	75
Tabel IV.18 Uji Linearitas Variabel X3 terhadap Y	76
Tabel IV.19 Uji Persamaan Regresi Linear Berganda	77
Tabel IV.20 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	79
Tabel IV.21 Uji Analisis Korelasi Ganda	80
Tabel IV.22 Uji Koefisien Determinan Secara Keseluruhan	82
Tabel IV.23 Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y.....	83
Tabel IV.24 Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y.....	84
Tabel IV.25 Uji Koefisien Determinasi X3 terhadap Y.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Konnsultasi Bimbingan Skripsi	101
Lampiran 2 Format Saran dan Perbaikan Penulisan Skripsi	102
Lampiran 3 Survei Awal Penelitian	103
Lampiran 4 Kuesioner Uji Coba Variabel Y (Impulse Buying)	105
Lampiran 5 Uji Validitas Data Uji Coba Instrument Variabel Y (Impulse Buying)	107
Lampiran 6 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Impulse Buying)	108
Lampiran 7 Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Impulse Buying).....	109
Lampiran 8 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Y (Impulse Buying)	110
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X1 (Hedonic Shopping)..	111
Lampiran 10 Uji Validitas Data Uji Coba Instrument Variabel X1 (Hedonic Shopping).....	113
Lampiran 11 Perhitungan Analisis Butir Variabel X1 (Hedonic Shopping)	114
Lampiran 12 Data Perhitungan Validitas Variabel X1 (Hedonic Shopping).....	115
Lampiran 13 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X1 (Hedonic Shopping)	116
Lampiran 14 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X2 (Store Atmosphere). 117	
Lampiran 15 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Store Atmosphere).....	119
Lampiran 16 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Store Atmosphere)	120
Lampiran 17 Data Perhitungan Validitas Variabel X2 (Store Atmosphere).....	121

Lampiran 18 Perhitungan Varian Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X2 (Store Atmosphere)	122
Lampiran 19 Kuesioner Uji Coba Peneliltian Variabel X3 (Sales Promotion) ..	123
Lampiran 20 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X3 (Sales Promotion)	125
Lampiran 21 Perhitungan Analisis Butir Variabel X3 (Sales Promotion).....	126
Lampiran 22 Data Perhitungan Validitas Variabel X3 (Sales Promotion)	127
Lampiran 23 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X3 (Sales Promotion).....	128
Lampiran 24 Skor Uji Coba Setelah Validitas Variabel X3 (Sales Promotion) .	129
Lampiran 25 Data Perhitungan Validitas Variabel X3 (Sales Promotion)	130
Lampiran 26 Kuesioner Final Variabel Y (Impulse Buying).....	131
Lampiran 27 Data Mentah Variabel Y (Impulse Buying)	133
Lampiran 28 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, JumlahNilai, Rata-rata Varian, dan Simpangan Baku Variabel Y (Impulse Buying).....	137
Lampiran 29 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Impulse Buying)	138
Lampiran 30 Skor Indikator Dominan Variabel Y (Impulse Buying)	139
Lampiran 31 Kuesioner Final Variabel X1 (Hedonic Shopping)	140
Lampiran 32 Data Mentah Variabel X1 (Hedonic Shopping)	142
Lampiran 33 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, JumlahNilai, Rata-rata Varian, dan Simpangan Baku Variabel X1 (Hedonic Shopping).....	146

Lampiran 34 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (Hedonic Shopping)	147
Lampiran 35 Skor Indikator Dominan Variabel X1 (Hedonic Shopping)	148
Lampiran 36 Kuesioner Final Variabel X2 (Store Atmosphere)	149
Lampiran 37 Data Mentah Variabel X2 (Store Atmosphere)	151
Lampiran 38 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, JumlahNilai, Rata-rata Varian, dan Simpangan Baku Variabel X2 (Store Atmosphere).....	155
Lampiran 39 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2 (Store Atmosphere)	156
Lampiran 40 Skor Indikator Dominan Variabel X2 (Store Atmosphere).....	157
Lampiran 41 Kuesioner Final Variabel X3 (Sales Promotion)	158
Lampiran 42 Data Mentah Variabel X3 (Sales Promotion).....	160
Lampiran 43 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, JumlahNilai, Rata-rata Varian, dan Simpangan Baku Variabel X3 (Sales Promotion)	165
Lampiran 44 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X3 (Sales Promotion).....	166
Lampiran 45 Skor Indikator Dominan Variabel X3 (Sales Promotion)	167
Lampiran 46 Data Mentah Variabel X1 (Hedonic Shopping), X2 (Store Atmosphere), X3 (Sales Promotion) dengan Y (Impulse Buying)	168
Lampiran 47 Perhitungan Uji Normalitas	172
Lampiran 48 Perhitungan Uji Kelinearan Regresi X1 dengan Y.....	173
Lampiran 49 Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana $Y = a + bX1$..	174
Lampiran 50 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X1 dengan Y	175

Lampiran 51 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X1 dengan Y	176
Lampiran 52 Perhitungan Koefisien Determinasi X1 dengan Y	177
Lampiran 53 Perhitungan Uji Kelinearan X2 dengan Y	178
Lampiran 54 Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana $Y = a + bX_2$..	179
Lampiran 55 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X2 dengan Y	180
Lampiran 56 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X2 dengan Y	181
Lampiran 57 Perhitungan Koefisien Determinasi X2 dengan Y	182
Lampiran 58 Perhitungan Uji Kelinearan X3 dengan Y	183
Lampiran 59 Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana $Y = a + bX_3$..	184
Lampiran 60 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X3 dengan Y	185
Lampiran 61 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X3 dengan Y	186
Lampiran 62 Perhitungan Koefisien Determinasi X3 dengan Y	187
Lampiran 63 Perhitungan Persamaan Regresi Linear Berganda $Y = a + bX_1 + cX_2 + dx_3$	188
Lampiran 64 Perhitungan Uji Keberartian Uji Regresi X1, X2, X3 dengan Y ..	189
Lampiran 65 Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X1, X2, X3 dengan Y	190
Lampiran 66 Perhitungan Koefisien Determinasi X1, X2, X3 dengan Y	191
Lampiran 67 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	192
Lampiran 68 Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson	193
Lampiran 69 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F.....	194
Lampiran 70 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t.....	195
Lampiran 71 Daftar Nama Responden Uji Coba	196

Lampiran 72 Daftar Nama Responden Survei Final	197
Lampiran 73 Hasil Uji Turnitin	202