DAFTAR ISI

Sampul

Halaman Judul i

Halaman Persetujuan Pembimbing ii

Halaman Pengesahan iii

Halaman Motto dan Persembahan iv

Halaman Pernyataan keaslian Karya v

Halaman Persetujuan Unggah Skripsi vi

Abstraksi vii

Abstract viii

Kata pengantar ix

Daftar Isi xi

Daftar Tabel xvi

Daftar Gambar xx

Daftar Lampiran xxi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Sistematika Penulisan 7
BAB II LANDASAN TEORI 9
A. Motivasi 9
B. Faktor *External* dan Faktor *Internal* 10
1. Cinderamata (*Visual Merchandising*) 10
2. Aktivitas Promosi (*Promotion Activity*) 11
3. Belanja di lingkungan toko (*In Store Shopping Enviromment*) 11
4. Jenis Kelamin (*Gender*) 12
5. Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*) 12
6. Kartu Kredit (*Credit Card*) 12
C. Pembelian Impulsif 13
D. Pengertian Keterlibatan (*Involvement*) 14
E. Penelitian Terdahulu 15
F. Model Penelitian 18
G. Hipotesis 19
BAB III METODE PENELITIAN 22
A. Jenis Penelitian 22
B. Populasi dan Sampel Penelitian 22
1. Populasi 22

2. Sampel Penelitian 23
C. Teknik Pengumpulan Data 24
D. Jenis Penelitian Data 24
E. Variabel Penelitian dan Pengukuran 24
1. Variabel Penelitian 24
F. Teknik Analisis Data 28
1. Uji Validitas 28
2. Uji Reliabilitas 28
3. Uji Asumsi Klasik 29
1. Uji Normalitas 29
2. Uji multikolinearitas 29
3. Uji Heterokedastisitas 30
4. Uji Regresi Berganda 30
5. Koefisien determinasi R^2 32
6. Uji t 32
7. Uji F 32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 33

A. Karakteristik Responden 33
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 33
2. Berdasarkan Pembelian Barang Tidak terencana 34
B. Analisis Deskriptif Jawaban Responden 35
1. Faktor *External* 35

a. *Visual Merchandising* (Cinderamata) 35
b. *Promotion Activity* (Aktivitas Promosi) 40
c. *In Store Shopping Environment* (Belanjadi lingkukan toko) 45
2. Faktor *Internal* 50
a. *Gender* (Jenis Kelamin) 50
b. *Hedonic Motivation* (Motivasi hedonik) 55
c. *Credit Card* (Kartu Kredit) 60
3. Pembelian Impulsif 65
C. Pembahasan Hasil Perhitungan 75
1. Analisis Hasil Uji Validitas data 75
a. Faktor *External* 76
b. Faktor *Internal* 79
2. Analisis Hasil Uji Reliabilitas Data 83
3. Uji Asumsi Klasik 85
a. Uji Normalitas 85
b. Uji Multikolinearitas 86
c. Uji Heterokedastisitas 88
4. Persamaan Regresi 89
5. Koefisien Determinasi 92
d. Uji Parsial (Uji t) 93
e. Uji Simultan (Uji F) 94
6. Pembahasan 95

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL 100

A. Simpulan 100

B. Saran 100

C. Implikasi Manajerial 102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Operasional 25

Tabel 4.1 Jenis Kelamin 33

Tabel 4.2 Pembelian Barang Tidak Terencana 34

Tabel 4.3 Langsung tertarik dengan barang yang dipajang dluar toko 35

Tabel 4.4 Saya tertarik dengan desain toko 36

Tabel 4.5 Saya tertarik saat melihat kemasan produk 37

Tabel 4.6 Menurut saya fitur produk menarik perhatian 38

Tabel 4.7 Barang yang ditawarkan memiliki variasi unik 39

Tabel 4.8 Tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh pihak toko 40

Tabel 4.9 Saya tertarik membeli karena informasi dari SPG 41

Tabel 4.10 Tertarik dengan diskon yang diberikan oleh pihak toko 42

Tabel 4.11 Tertarik karena pihak toko memberi bonus disetiap barang 43

Tabel 4.12 Saya tertarik dengan pemberian undian dikemasan produk 44

Tabel 4.13 Situasi didalam toko membuat pembelian tidak terencana 45

Tabel 4.14 Alunan musik mempengaruhi pembelian tidak terencana 46

Tabel 4.15 Dekorasi yang dibuat menarik untuk dilihat 47

Tabel 4.16 Pencahayaan disetiap penempatan barang sangat pas 48

Tabel 4.17 Aroma ruangan dan alunan musik memancing untuk membeli 49

Tabel 4.18 Saya hanya membeli barang yang berkualitas tinggi 50

Tabel 4.19 Saya membeli barang karena melihat *trend* yang ada 51

Tabel 4.20 Saya membeli barang karena nyaman digunakan 52

Tabel 4.21 Saya membeli barang yang saya lihat meski tidak diperlukan 53

Tabel 4.22 Saya membeli barang yang mudah digunakan 54

Tabel 4.23 Saya merasa senang berbelanja dan ingin berbelanja lagi 55

Tabel 4.24 Ketika hati sedang galau ,saya berbelanja 56

Tabel 4.25 Saya merasakan sensasi ketika membeli sesuatu yang baru 57

Tabel 4.26 Saya kalau lagi stress berbelanja yang saya lakukan 58

Tabel 4.27 Saya sering terpengaruh dorongan hati ketika berbelanja 59

Tabel 4.28 Mudah bayar lewat kartu kredit saat tidak bawa uang lebih 60

Tabel 4.29 Menggunakan kartu kredit lebih mudah dan praktis membayar 61

Tabel 4.30 Pihak bank memberikan promo yang menarik 62

Tabel 4.31 Variasi pemberian bunga oleh pihak bang sangat menarik 63

Tabel 4.32 Dengan kelebihan kartu kredit tidak perlu bayar diawal belanja 64

Tabel 4.33 Saya membeli saat melihat produk itu 65

Tabel 4.34 Ketika berbelanja cenderung memutuskan apa yang ingin dibeli 66

Tabel 4.35 Merasa senang setelah membeli barang yang diinginkan 67

Tabel 4.36 Membeli barang meskipun tidak diperlukan saat itu 68

Tabel 4.37 Saya sering membeli produk tanpa pertimbangan 69

Tabel 4.38 Rekapitulasi Hasil Seluruh Jawaban Responden 70

Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas *Visual Merchandising* 76

Tabel 4.40 Hasil Uji Validitas *Promotion Activity* 77

Tabel 4.41 Hasil Uji Validitas *In Store Shopping Environment* 78

Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas *Gender* 79

Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas *Hedonic Motivation* 80

Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas *Credit Card* 81

Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Pembelian Impulsif 82

Tabel 4.46 Uji Reliabilitas Faktor *External* 83

Tabel 4.47 Uji Reliabilitas Faktor *Internal* 84

Tabel 4.48 Uji Reliabilitas Pembelian Impulsif 85

Tabel 4.49 *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* 86

Tabel 4.50 Multikolinearitas 87

Tabel 4.51 Heterokedastisitas 88

Tabel 4.52 Hasil Persamaan Regresi 89

Tabel 4.53 Model *Summary*^{b} 92

Tabel 4.54 Hasil Uji t 93

Tabel 4.55 Hasil Uji F 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Motivasi 9

Gambar 2.2 Model Penelitian 18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabel Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 3 : Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Deskriptif

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heterokedastisitas metode Glejser)

Lampiran 6 : Persamaan Regresi dan Koefisien Determinasi

Lampiran 7 : Uji t dan Uji F

Lampiran 8 : Kartu Bimbingan Skripsi