

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	15
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	17
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	17
1.5.2 Jadwal Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Daya Tarik Visual.....	22
2.1.1.1 Pengertian Daya tarik visual.....	22
2.1.1.2 Indikator Daya tarik visual	23
2.1.2 Tekanan Waktu.....	24
2.1.2.1 Pengertian Tekanan waktu	24
2.1.2.2 Indikator Tekanan Waktu.....	25
2.1.3 Pengalaman Sebelumnya	26
2.1.3.1 Pengertian Pengalaman Sebelumnya.....	26
2.1.3.2 Indikator Pengalaman Sebelumnya	28
2.1.4 Pembelian Impulsif	29
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Impulsif.....	29

2.1.4.2 Indikator Pembelian Impulsif	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	41
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.2.1 Jenis Data.....	44
3.2.2.2 Populasi Sasaran	44
3.2.2.3 Penentuan Sampel.....	44
3.2.2.4 Teknik Sampling.....	45
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.3 Model Penelitian	48
3.4 Teknik Analisis Data	49
3.4.1 Analisis Deskriptif (NJI)	49
3.4.2 Analisa Data <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	50
3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	50
3.4.1.2 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	52
3.4.1.3 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	54
3.4.1.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	55
3.4.1.5 Kemungkinan Munculnya Identifikasi Masalah.....	56
3.4.1.6 Evaluasi Asumsi SEM	56
3.4.1.7 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of Fit</i>	58
3.4.1.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3.4.1.9 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis	61
3.4.1.10 Interpretasi dan Modifikasi Model	62
3.4.1.11 Analisa Data <i>Moderated Structural Equation Modelling</i> (MSEM).....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Hasil Penelitian	67

4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	67
4.1.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.1.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	68
4.1.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran perbulan.....	69
4.1.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.1.1.5 Karakteristik Berdasarkan Sebaran Tiap Wilayah	71
4.1.1.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	72
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel	73
4.1.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel Daya Tarik Visual	74
4.1.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel Tekanan Waktu.....	78
4.1.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel Pengalaman Sebelumnya	82
4.1.2.4 Frekuensi Jawaban Variabel Pembelian Impulsif.....	86
4.1.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	90
4.1.3.1 Uji <i>Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)</i>	91
4.1.4 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	96
4.1.4.1 Uji Normalitas	96
4.1.4.2 Uji Sampel	97
4.1.4.3 Evaluasi Outlier	97
4.1.4.4 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	98
4.1.4.5 Menilai Identifikasi Struktural.....	99
4.1.4.6 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	100
4.1.4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	102
4.1.4.8 Pengujian Hipotesis	104
4.2 Pembahasan.....	106
4.2.1 Daya Tarik Visual, Tekanan Waktu, Pengalaman Sebelumnya dan Pembelian Impulsif	106
4.2.2 Pengaruh Daya Tarik Visual Terhadap Pembelian Impulsif	108
4.2.3 Pengaruh Tekanan Waktu dalam hubungan Daya Tarik Visual Terhadap Pembelian Impulsif	112
4.2.4 Pengaruh Pengalaman Sebelumnya dalam hubungan Daya Tarik Visual Terhadap Pembelian Impulsif	115
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Simpulan	119

5.2 Saran.....	121
LAMPIRAN.....	132