

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iiiv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	11
A. Deskripsi Konseptual	11
1. Pembelian Impulsif	11
2. Belanja Hedonis.....	19
3. Promosi Penjualan.....	24
B. Hasil Penelitian yang Relevan	30

C.	Kerangka Teoretik.....	50
1.	Hubungan antara Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif	51
2.	Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif.....	52
3.	Hubungan antara Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif.....	55
D.	Perumusan Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		56
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	56
1.	Tempat Penelitian	56
2.	Waktu Penelitian	56
B.	Metode Penelitian.....	57
1.	Metode	57
2.	Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	58
C.	Populasi dan Sampling.....	59
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	60
1.	Pembelian Impulsif (Variabel Y)	60
2.	Belanja Hedonis (Variabel X_1)	64
3.	Promosi Penjualan (Variabel X_2)	69
E.	Teknik Analisis Data.....	73
1.	Uji Persyaratan Analisis	73
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	74
3.	Uji Hipotesis	75
4.	Analisis Korelasi Ganda	77
5.	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		78

A. Deskripsi Data.....	78
1. Data Pembelian Impulsif	78
2. Data Belanja Hedonis	82
3. Data Promosi Penjualan	85
B. Pengujian Hipotesis.....	88
1. Pengujian Persyaratan Analisis	88
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	91
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	93
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	95
5. Pengujian Koefisien Determinasi	97
C. Pembahasan.....	99
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	105
A. Kesimpulan	105
B. Implikasi.....	106
C. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	193

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Kategori <i>Department Store</i>	3
Tabel I. 2 Perbandingan <i>Department Store</i> di Media Sosial Instagram.....	4
Tabel II. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	41
Tabel II. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal	43
Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif	61
Tabel III. 2 Skala Penilaian Instrumen Pembelian Impulsif	62
Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Belanja Hedonis	65
Tabel III. 4 Skala Penilaian Instrumen Belanja Hedonis	66
Tabel III. 5 Kisi-kisi Instrumen Promosi Penjualan.....	70
Tabel III. 6 Skala Penilaian Instrumen Promosi Penjualan.....	70
Tabel IV. 1 Statistika Deskriptif Pembelian Impulsif	79
Tabel IV. 2 Distribusi Frekuensi Pembelian Impulsif	80
Tabel IV. 3 Rata-rata Hitung Skor Indikator Pembelian Impulsif	81
Tabel IV. 4 Statistika Deskriptif Belanja Hedonis	83
Tabel IV. 5 Distribusi Frekuensi Belanja Hedonis	83
Tabel IV. 6 Rata-rata Hitung Skor Indikator Belanja Hedonis	85
Tabel IV. 7 Statistika Deskriptif Promosi Penjualan	86
Tabel IV. 8 Distribusi Frekuensi Promosi Penjualan.....	86
Tabel IV. 9 Rata-rata Hitung Skor Indikator Promosi Penjualan	88
Tabel IV. 10 Uji Normalitas.....	89
Tabel IV. 11 Uji Linieritas Variabel X1 dengan Variabel Y	90
Tabel IV. 12 Uji Linieritas Variabel X2 dengan Variabel Y	91

Tabel IV. 13 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel IV. 14 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	94
Tabel IV. 15 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	95
Tabel IV. 16 Uji Analisis Korelasi Ganda	96
Tabel IV. 17 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	97
Tabel IV. 18 Uji Koefisien Determinasi Belanja Hedonis (X_1) terhadap Pembelian Impulsif	98
Tabel IV. 19 Uji Koefisien Determinasi Promosi penjualan (X_2) terhadap Pembelian Impulsif	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Hasil Survei Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor..	2
Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan) dengan Y (Pembelian Impulsif)	58
Gambar IV. 1 Grafik Histogram Pembelian Impulsif	80
Gambar IV. 2 Grafik Histogram Belanja Hedonis	84
Gambar IV. 3 Grafik Histogram Promosi Penjualan	87
Gambar IV. 4 Grafik Hubungan antara Belanja Hedonis dan Promosi penjualan dengan Pembelian Impulsif Persamaan Regresi $\hat{Y} = 24,881 + 0,362 X_1 + 0,240 X_2$	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Izin Penelitian.....	114
Lampiran 2 – Survey Awal Penelitian	115
Lampiran 3 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Pembelian Impulsif)	116
Lampiran 4 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y (Pembelian Impulsif)	119
Lampiran 5 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	120
Lampiran 6 – Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Pembelian Impulsif)	121
Lampiran 7 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y (Pembelian Impulsif)	122
Lampiran 8 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₁ (Belanja Hedonis)...	123
Lampiran 9 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₁ (Belanja Hedonis).....	126
Lampiran 10 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₁ (Belanja Hedonis)	127
Lampiran 11 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁ (Belanja Hedonis).....	128
Lampiran 12 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₁ (Belanja Hedonis).....	129
Lampiran 13 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)	130
Lampiran 14 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₂ (Promosi Penjualan).....	133
Lampiran 15 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)....	134
Lampiran 16 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₂ (Promosi Penjualan) ...	135
Lampiran 17 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)	136
Lampiran 18 – Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Pembelian Impulsif)....	137

Lampiran 19 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif	140
Lampiran 20 – Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel Y (Pembelian Impulsif)	142
Lampiran 21 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	143
Lampiran 22 – Skor Indikator Dominan Variabel Y (Pembelian Impulsif)	144
Lampiran 23 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₁ (Belanja Hedonis)	145
Lampiran 24 – Data Mentah Variabel X ₁ (Belanja Hedonis)	148
Lampiran 25 – Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X ₁ (Belanja Hedonis)	150
Lampiran 26 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X ₁ (Belanja Hedonis).....	151
Lampiran 27 – Skor Indikator Dominan Variabel X ₁ (Belanja Hedonis).....	152
Lampiran 28 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)....	153
Lampiran 29 – Data Mentah Variabel X ₂ (Promosi Penjualan).....	156
Lampiran 30 – Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)	158
Lampiran 31 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X ₂ (Promosi Penjualan).....	159
Lampiran 32 – Skor Indikator Dominan Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)	160
Lampiran 33 – Perhitungan Uji Normalitas	161

Lampiran 34 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif) dengan Variabel X ₁ (Belanja Hedonis).....	162
Lampiran 35 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$	163
Lampiran 36 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X ₁ ..	164
Lampiran 37 – Perhitungan Uji Linier Regresi Y atas X ₁	165
Lampiran 38 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X ₁	166
Lampiran 39 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X ₁	167
Lampiran 40 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif) dengan Variabel X ₂ (Promosi Penjualan).....	168
Lampiran 41 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$	169
Lampiran 42 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X ₂ ..	170
Lampiran 43 – Perhitungan Uji Linier Regresi Y atas X ₂	171
Lampiran 44 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X ₂	172
Lampiran 45 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X ₂	173
Lampiran 46 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif) dengan Variabel X ₁ (Belanja Hedonis) dan Variabel X ₂ (Promosi Penjualan)	174
Lampiran 47 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 +$ bX_2	176
Lampiran 48 – Perhitungan Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Regresi Y atas X ₁ dan X ₂	177
Lampiran 49 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X ₁ dan X ₂	178
Lampiran 50 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X ₁ dan X ₂	179

Lampiran 51 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X_1 dan X_2	180
Lampiran 52 – Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson	181
Lampiran 53 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F	182
Lampiran 54 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t.....	183
Lampiran 55 – Hasil Survey Awal.....	184
Lampiran 56 – Daftar Nama Responden Uji Coba	189
Lampiran 57 – Daftar Nama Responden Final	190