

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Teori.....	9
2.2.1 <i>Fashion Involvement</i>	9
2.2.2 <i>Hedonic Shopping</i>	17
2.2.3 <i>Discount</i>	19
2.2.4 <i>Impulse Buying</i>	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Pengembangan Hipotesis	26

III. METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Skala Pengukuran.....	31
3.3 Variabel Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.5 Metode Pengumpulan Data	33
3.6 Metode Analisis	34
3.6.1 Uji Instrumen.....	34
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	38
4.2.1 Analisis Deskripsi Umum.....	38
4.2.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	41
4.3 Uji Instrumental.....	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1 Uji Multikolinearitas	51
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	51
4.4.3 Uji Normalitas	52
4.5 Analisis Data	53
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda	53
4.6 Hasil Uji Hipotesis	55
4.6.1 Uji t (Parsial)	55
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan)	56
4.6.3 Hasil Uji Determinasi (R^2)	57
4.7 Pembahasan.....	58
4.7.1 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	58
4.7.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	58

4.7.3	Pengaruh <i>Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	59
4.7.4	Pengaruh <i>Fashion Involvement, Hedonic Shopping, Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	59
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Kontribusi Penelitian	61
5.3	Keterbatasan Peneliti	62
5.4	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN	70