

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II <u>K</u> AJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Physical Surrounding .....	8
2.2 Social surroundings .....	9
2.3 Sales Promotion.....	10
2.4 Impulse Buying .....	13
2.5 Pengaruh Physical Surrounding Terhadap Impulse Buying .....	15
2.6 Pengaruh Social Surrounding Terhadap Impulse Buying .....	17
2.7 Model Empirik .....	20
BAB III <u>M</u> ETODE PENELITIAN .....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan sampel .....	22
3.3 Sumber Data .....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.5 Definisi Operasional Indikator .....	25

3.6	Alat Analisis .....	26
3.6.1	Penelitian kualitatif .....	26
3.6.2	Penelitian kuantitatif .....	27
3.6.3	Uji validitas .....	27
3.6.4	Uji Reliabilitas .....	27
3.6.4.1	Uji Normalitas .....	28
3.6.4.2	Uji Heterokedastisitas .....	29
3.6.5	Analisis regresi berganda .....	29
3.6.6	Uji Hipotesis .....	30
3.6.6.1	Uji Goodness of fit Model (Uji F) .....	30
3.6.6.2	Uji Koefisien Determinasi .....	30
3.6.6.3	Uji Parsial (T) .....	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		32
4.1	Gambaran Umum Responden .....	32
4.2	Gambaran Karakteristik responden .....	32
4.2.1	Identitas responden menurut jenis kelamin .....	32
4.2.2	Identitas responden menurut umur responden .....	33
4.2.3	Identitas responden menurut Pekerjaan .....	33
4.3	Analisis Deskriptif .....	34
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Physical Surrounding (X1) 35	
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Social Surrounding (X2) ..	36
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Sales Promotion</i> (X3) .....	37
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i> (Y1) .....	37
4.4	Pengujian Instrumen Data .....	38
4.4.1	Uji Validitas .....	38
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	40
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	41
4.5.1	Uji Normalitas Data .....	41
4.5.2	Uji Multikolinieritas .....	41
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	42

4.6 Analisis Regresi Berganda .....	43
4.7 Uji Hipotesis.....	44
4.7.1 Koefisien Determinasi .....	44
4.7.2 Uji Goodness of fit Model .....	45
4.7.3 Uji hipotesis pasial ( uji t).....	45
4.8 Pembahasan .....	47
BAB V_PENUTUP .....	49
5.1. Kesimpulan.....	49
5.2. Saran.....	50
5.3. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN .....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi operasional variabel	25
Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.2	Deskripsi Umur Responden	33
Tabel 4.3	Deskripsi Pekerjaan Responden	34
Tabel 4.4	Analisis deskripsi	34
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Physical Surrounding</i>	35
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Surrounding</i>	36
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Sales Promotion</i>	37
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i>	38
Tabel 4.9	Rekapitulasi Hasil Perhitungan Koefisien Validitas Variabel Penelitian	39
Tabel 4.10	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas	42
Tabel 14	Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinasi	44
Tabel 4.17	Uji F	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1_Kerangka Pemikiran Model Peningkatan <i>Impulse Buying</i> Melalui <i>Physical Surrounding, Social Surrounding dan Sales Promotion</i> . ....	20
Gambar 4.1_Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan Scatter Plot .....	43