

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN KEASLIAN TULISAN	v
HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	15
G. Penegasan Istilah.....	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
A. Perilaku Konsumen	22
B. <i>Impulse Buying</i>	29
C. <i>Store Atmosphere</i>	33
D. Promosi	44
E. Kualitas Pelayanan	50
F. <i>Hedonic Shopping Value</i>	55

G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	59
H. Kerangka Konseptual.....	66
I. Hipotesis Penelitian.....	67
BAB III METODE PENELITIAN	69
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	69
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	69
C. Sumber data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	70
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	72
E. Teknik Analisis Data	74
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	79
B. Deskripsi Karakteristik Responden	80
C. Karakteristik Tanggapan Responden.....	82
D. Analisis Data.....	87
BAB V PEMBAHASAN	98
A. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying pada Pengunjung Khoyiir Store Tulungagung	98
B. Pengaruh Promosi terhadap Impulse Buying pada Pengunjung Khoyiir Store Tulungagung	101
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Impulse Buying pada Pengunjung Khoyiir Store Tulungagung	103
D. Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying pada Pengunjung Khoyiir Store Tulungagung	105
BAB VI PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117