

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL BELAKANG .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	11
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	11
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	11
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	12
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian .....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.2. Bagi Peneliti.....	13

1.5.2. Bagi Institusi .....	13
1.5.3 Bagi Perusahaan .....	13
1.6 Sistematika Penelitian .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Teori Perilaku Konsumen .....	17
2.2 Keputusan Pembelian .....	19
2.3 Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ) .....	20
2.3.1 Aspek-aspek Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ) .....	21
2.3.2 Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	21
2.4 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	22
2.4.2 Bagian <i>Hedonic Shopping</i> .....	23
2.4.3 Indikator <i>Hedonic Shopping</i> .....	23
2.5 <i>Price Discount</i> .....	24
2.5.1 Tujuan <i>Price Discount</i> .....	24
2.5.2 Indikator <i>price discount</i> .....	25
2.6 Sistem Pembayaran .....	26
2.6.1 Pembayaran dengan uang elektronik ( <i>e-money</i> ) .....	27
2.6.2 Mekanisme operasional uang elektronik ( <i>e-money</i> ) .....	27
2.6.3 Indikator Pembayaran Elektronik .....	28
2.7 Penelitian Terdahulu .....	29
2.8 Kerangka Teoritis .....	30
2.9 Kerangka Pikir .....	31
2.10 Hipotesis .....	32
2.10.1 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> ....	32
2.10.2 <i>Price discount</i> terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	33
2.10.3 Pembayaran Elektronik terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	33
2.10.4 <i>Hedonic Shopping Motivation, Price discount</i> dan Pembayaran Elektronik terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Sumber Data .....	35

3.3	Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4	Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1	Populasi .....	36
3.4.2	Sampel .....	37
3.5	Variabel Penelitian .....	38
3.5.1	Variabel Dependen .....	38
3.5.2	Variabel Independen .....	38
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	38
3.7	Uji Validitas dan Uji Reliabelitas .....	40
3.7.1	Uji Validitas .....	40
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.8	Uji Prasyarat Analisis Data .....	41
3.8.1	Uji Normalitas .....	41
3.8.2	Uji Homogenitas .....	42
3.8.3	Uji Linieritas .....	42
3.8.4	Uji Multikolinieritas .....	43
3.9	Analisis Regresi Berganda .....	44
3.10	Pengujian Hipotesis .....	44
3.10.1	Uji Statistik F .....	44
3.10.2	Uji Statistik t .....	45

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Deskripsi Data .....	47
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	56
4.2.1	Hasil Uji Validitas .....	56
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	59
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	60
4.3.1	Hasil Uji Normalitas .....	60
4.3.2	Hasil Uji Homogenitas .....	62
4.3.3	Hasil Uji Linieritas .....	63
4.3.4	Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
4.4	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	64

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	66
4.5.1 Hasil Uji Statistik t .....	66
4.5.1.1 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .	67
4.5.1.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	67
4.5.1.3 Pengaruh Pembayaran Elektronik Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	68
4.5.2 Hasil Uji Statistik F .....	68
4.7 Pembahasan.....	70
4.7.1 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> ....	70
4.7.2 <i>Price discount</i> terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	71
4.7.3 Pembayaran Elektronik terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	72
4.7.4 <i>Hedonic Shopping Motivation, Price discount</i> dan Pembayaran Elektronik terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	75
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>

## **LAMPIRAN**