

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Keputusan pembelian.....	9
2.1.2 <i>Hedonis</i>	10
2.1.3 <i>Idea Shopping</i>	11
2.1.4 <i>Role Shopping</i>	12
2.1.5 <i>Value Shopping</i>	13
2.2 Kerangka Pikir.....	14
2.3 Hipotesis.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
3.2 Metode Penelitian.....	16
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	16

3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	16
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.4 Populasi dan Sampel.....	18
3.4.1 Populasi.....	18
3.4.2 Sampel.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	19
3.5.1 Uji Validitas.....	19
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	20
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	20
3.5.3.1 Uji Normalitas Data.....	20
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	20
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	21
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	21
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi.....	22
3.5.6 Uji F.....	22
3.5.7 Uji T.....	22
3.6 Definisi Operasional.....	23

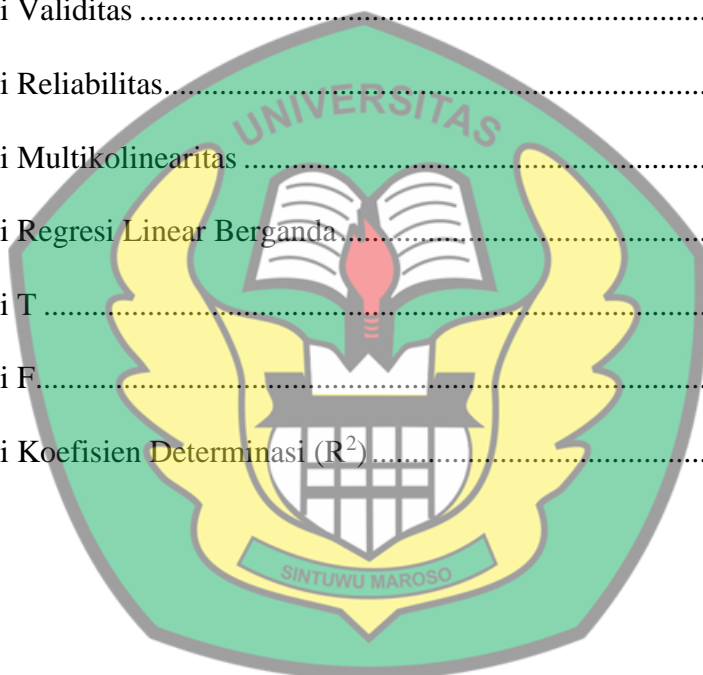
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	26
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
4.1.2. Karakteristik Responden.....	27
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	27
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	28
4.1.3. Hasil Analisis Data.....	29
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas.....	29

4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	30
4.1.3.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	30
4.1.3.3.1. Pengujian Normalitas.....	31
4.1.3.3.2. Pengujian Multikolinearitas	32
4.1.3.3.3. Pengujian Heteroskedastisitas.....	33
4.1.3.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	34
4.1.3.5. Hasil Koefisien Determinasi	36
4.1.3.6. Hasil Uji F	36
4.1.3.7. Hasil Uji T	38
4.2. Pembahasan.....	39
4.2.1. <i>Idea Shopping, Role Shopping, Value Shopping</i> berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian	40
4.2.2. <i>Idea Shopping</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	40
4.2.3. <i>Role Shopping</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.2.4. <i>Value Shopping</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	43
5.2. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
DAFTAR LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

3.1	Instrument Skala Likert	33
4.1	Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2	Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	52
4.3	Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.4	Hasil Uji Validitas	62
4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.6	Hasil Uji Multikolinearitas	66
4.7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	67
4.8	Hasil Uji T	68
4.9	Hasil Uji F.....	68
4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68



DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Pikir	14
4.1	Normal P-Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable : Emosi (Y).....	66
4.2	Grafik <i>Scatterplot</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	70
Lampiran 2	Jawaban Responden	77
Lampiran 3	r-tabel	88
Lampiran 4	t-tabel	89
Lampiran 5	f-tabel	90
Lampiran 6	Hasil SPSS Uji Validitas	91
Lampiran 7	Hasil SPSS Uji Reliabilitas	96
Lampiran 8	Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik	98
Lampiran 9	Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda	100
Lampiran 10	Hasil SPSS Uji Signifikansi Simultan	100
Lampiran 11	Hasil SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100

