

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Struktur Organisasi Skripsi	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Pembelian Impulsif	7
B. Penyesalan Pasca Pembelian	12
C. Kerangka Berpikir	17
D. Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Lokasi dan Subjek Penelitian	21
B. Desain Penelitian	22
C. Metode Penelitian	23
D. Definisi Operasional	23
E. Pengembangan Instrumen Penelitian	25
F. Kategorisasi Skor	39
G. Teknik Pengumpulan Data	41
H. Teknik Analisis Data	41

Dani Triawan Kramadibrata, 2014

Hubungan antara pembelian impulsif dengan penyesalan pasca pembelian pada konsumen Sogo PVJ Di Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	Halaman
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	67
 DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif	25
3.2 Kisi-kisi Instrumen Penyesalan Pasca Pembelian	31
3.3 Bobot Skor Pilihan Jawaban	33
3.4 Uji <i>Corrected item-total correlation</i> Pembelian Impulsif	35
3.5 Uji <i>Corrected item-total correlation</i> Penyesalan Pasca Pembelian	35
3.6 Koefisien Realibilitas Guilford	36
3.7 Reliabilitas Instrumen Pembelian Impulsif Sebelum Uji Validitas	37
3.8 Reliabilitas Instrumen Pembelian Impulsif Sesudah Uji Validitas	37
3.9 Reliabilitas Instrumen Penyesalan Pasca Pembelian Sebelum Uji Validitas	38
3.10 Reliabilitas Instrumen Penyesalan Pasca Pembelian Sesudah Uji Validitas	38
3.11 Rumusan Lima Kategori	39
3.12 Kategori Skor Pembelian Impulsif dan Penyesalan Pasca Pembelian	40
3.13 Kategori Dimensi-dimensi Pembelian Impulsif dan Penyesalan Pasca Pembelian.....	40
3.14 Uji Normalitas	42
3.15 Uji Linieritas Data	43
3.16 Koefisien Korelasi Guilford	44
4.1 Perhitungan Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif	45
4.2 Gambaran Tingkat Pembelian Impulsif	46
4.3 Perhitungan Statistik Deskriptif Dimensi Pembelian Impulsif	47
4.4 Gambaran Tingkat Dimensi-Dimensi Pembelian Impulsif	47
4.5 Perhitungan Statistik Deskriptif Variabel Penyesalan Pasca Pembelian	49

4.6 Gambaran Tingkat Penyesalan Pasca Pembelian	49
4.7 Perhitungan Statistik Deskriptif Dimensi Penyesalan Pasca Pembelian	51
4.8 Gambaran Tingkat Dimensi-Dimensi Penyesalan Pasca Pembelian ...	51
4.9 Hubungan Antara Pembelian Impulsif dengan Penyesalan Pasca Pembelian.....	53
4.10 Hubungan Antara Dimensi-dimensi Pembelian Impulsif dengan Penyesalan Pasca Pembelian	54
4.11 Hasil Koefisien Determinasi	54

DAFTAR BAGAN

	Halaman
1.1 Indikasi-indikasi Konsumen Indonesia Semakin Impulsif Dalam Berbelanja (Tahun 2005-2013)	1
1.2 Data Pengunjung yang Bertransaksi di SOGO PVJ (Mei 2013 – April 2014)	3
2.1 Kerangka Berpikir	19
4.1 Gambaran Pembelian Impulsif	46
4.2 Gambaran Dimensi-dimensi Pembelian Impulsif	48
4.3 Gambaran Penyesalan Pasca Pembelian	50
4.4 Gambaran Dimensi-dimensi Penyesalan Pasca Pembelian	52

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Profil Konsumen SOGO
2. Lampiran Data Mentah Uji Coba
3. Lampiran Data Mentah Uji Data
4. Lampiran Hasil Analisis Uji Data
5. Lampiran Surat-Surat