DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TRANSLITASI xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan Penelitian 11
D. Kegunaan Hasil Penelitian 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA 13
A. Landasan Teori 13
1. *In-Store Shopping Environment* 13
2. *Positive Emotion* 17
3. Pembelian Impulsif (*Impulse Buying*) 22
B. Penelitian Terdahulu 27
C. Kerangka Konseptual 29
D. Hipotesis 30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 31
A. Jenis Penelitian 31
B. Waktu dan Tempat Penelitian 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi dan Sampel 32
D. Variabel Penelitian 32
E. Devinisi Operasional 33
1. *In-Store Shopping Environment* 33
2. *Positive Emotion* 34
3. Pembelian Impulsif (*Impulse Buying*) 35
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 36
G. Data dan Sumber Data 38
H. Teknik Pengumpulan Data 39
I. Teknik Analisis Data 40
BAB IV HASIL PENELITIAN 49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 49
1. Profil Singkat Galeri 49
2. Sekilas Tentang Elzatta 49
3. Visi & Misi 51
4. Struktur Organisasi Galeri Elzatta Ruko Sentra Tropodo Sidorjo 51
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian 51
1. Karakteristik Responden 51
2. Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel 54
C. Analisis Data 57
1. Uji Validitas 57
2. Uji Reliablitas 60
3. Uji Asumsi Klasik 61
4. Analisis Regresi Linier Beganda 67
5. Uji Hipotesis 70
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN 76
A. Pengaruh *In-Store Shopping Environment* Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Elzatta di Ruko Sentra Tropodo Sidoarjo.. 76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Pengaruh *Positive Emotion* Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Elzatta di Ruko Sentra Tropodo Sidoarjo 78
C. Pengaruh *In-Store Shopping Environment* Dan *Positive Emotion* Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Elzatta di Ruko Sentra Tropodo Sidoarjo..... 80
D. Pandangan Islam Terhadap Jual Beli dan Pembelian Impulsif..... 83
BAB VI PENUTUP 86
A. Kesimpulan..... 86
B. Saran..... 87
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id