**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI** i

**KATA PENGANTAR** ii

**PERNYATAAN** v

**ABSTRACT** vi

**ABSTRAK** vii

**DAFTAR ISI** viii

**DAFTAR TABEL** xii

**DAFTAR GAMBAR** xiii

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang 1
  2. Perumusan Masalah 6
  3. Tujuan Penelitian 6
  4. Manfaat Penelitian 6

**BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

* 1. Keputusan pembelian tidak terencana 8
     1. Tipe pemelian tidak terencana 9
     2. Perspektif dalam pembelian tidak terencana 10
     3. Penyebab pembelian tidak terencana 10
  2. Gaya hidup 11
     1. Dimensi gaya hidup 12
  3. *Display* toko 17
     1. Macam-macam *display* 18
  4. Motivasi belanja hedonis 20
     1. Kategori motivasi belanja hedonis 22
  5. Telaah penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis 24
  6. Kerangka konseptual 27

**BAB III METODE PENELITIAN**

* 1. ObjekPenelitian 28
  2. Popolasi dan sampel
     1. Populasi 28

3.2.2 Sampel 28

* 1. Teknik pengambilan sampel 29
  2. Definisi Dan operasional Variabel 29
  3. Teknik pengumpulan data 31
  4. Jenis dan sumber data 31
     1. Jenis data 31
     2. Sumber data 31
  5. Skala pengukuran variable 31
  6. Uji instrumen 32

3.8.1 Uji validitas 32

* + 1. Uji Reliabilitas 32
  1. Teknik analisis data 33

3.9.1 Analisis deskriptif 33

3.10 Analisis inferensial 34

3.10.1 Uji asumsi klasik 34

A. Uji normalitas 34

B. Uji multikolinearitas 34

C.Uji heteroskedastisitas 35

3.11 Analisisregresi linier berganda 35

3.12 Koefisien Determinan (R *squere*) 36

3.13 Uji kelayakan model (uji Fstatistik) 36

3.14 Uji hipotesis (t *test*) 37

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi umum responden 39

4.1.1 Karakteristik responden berdasarkan gender 39

4.1.2 Karakteristik responden berdasarkan umur . 40

4.1.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir 41

4.1.4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/uang saku 41

4.1.5 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan 42

4.2 uji instrumen 43

4.2.1 Uji validitas 43

1. Uji validitas keputusan pembelian tidak terencana 44
2. Uji gaya hidup 45
3. Uji validitas *display* toko 45
4. Uji validitas motivasi belanja hedonis 46

4.2.2 Uji reliabilitas 47

4.3 Analisis deskriptif 48

4.3.1 Distribusi frekuensi pembelian tidak terencana 48

4.3.2 Distribusi frekuensi gaya hidup 50

4.3.3 Distribusi frekuensi *display* toko 51

4.3.4 Distribusi frekuensi motivasi belanja hedonis 52

4.4 uji asumsi klasik 53

4.4.1 Uji normalitas 53

4.4.2 Uji multikoleniaritas 54

4.4.3 Uji heteroskedastisitas 55

4.5 Analisis regresi linier berganda 56

4.6 Uji koefisien determinasi (R2) 58

4.7 Uji kelayakan model (uji Fstatistik) 58

4.8 Uji hipotesis (t *test*) 59

4.9 Pembahasan 60

4.9.1 Pengaruh gaya hidup terhadap pembelian tdak terencana 60

4.6.2 Pengaruh *display* toko terhadap pembelian tidak terencana 61

4.6.3 Pengaruh motivasi hedonis terhadap pembelian tidak terencana 62

**BAB V PENUTUP**

5.1 kesimpulan 63

5.2 keterbatasan penelitian 63

5.3 implikasi dan saran penelitian 64

5.3.1 implikasi penelitian 64

5.3.2 saran penelitian. 64

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**