

DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Hasil Studi Empiris.....	16
3.1 Pembobotan skala Pernyataan.....	52
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.3 Intepretasi Korelasi	59
4.1 Kemudahan Mendapatkan Produk.....	63
4.2 Petunjuk Letak Produk.....	64
4.3 Bentuk Produk/Model Produk.....	64
4.4 Ukuran Produk.....	65
4.5 Merek produk.....	65
4.6 Kebersihan Produk.....	66
4.7 Kerapihan Produk.....	66
4.8 Pencahayaan Produk	67
4.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Display Interior.....	67
4.10 Jumlah Pintu Masuk yang Dibutuhkan	69
4.11 Type Pintu Masuk	69
4.12 Keleluasan Jalan Masuk	70
4.13 Etalase Toko.....	70
4.14 Penerangan dalam Ruangan Toko	71
4.15 Keramahan Karyawan	71
4.16 Kebersihan Ruangan.....	72
4.17 Ruang Penjualan	72
4.18 Ruang <i>Merchandise</i>	73
4.19 Ruang Karyawan.....	73
4.20 Ruang Untuk Konsumen.....	74
4.21 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Suasana Toko.....	75
4.22 Tidak Mempertimbangkan Harga Produk	76
4.23 Kegunaan Produk.....	76
4.24 Tidak Melakukan Evaluasi	77
4.25 Tidak Melakukan Perbandingan	77

4.26	Dorongan Untuk Membeli.....	78
4.27	Kepuasan Pada Produk.....	79
4.28	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Impulsif.....	79
4.29	Hasil Uji Validitas Variabel.. ..	81
4.30	Hasil Pengujian Reliabilitis.....	82
4.31	Hasil Uji Normalitas Data.....	83
4.32	Hasil Uji Multikolinieritas.....	85
4.33	Hasil Regresi.....	85
4.34	Hasil Koefisien Korelasi.....	87
4.35	Hasil Koefisien Korelasi.....	87
4.36	Hasil Uji F.....	88
4.37	Hasil Uji t.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1.1 Tingkat Penjualan Ritel Modern di Indonesia	2
1.2 Pengeluaran Masyarakat Indonesia Pada Ritel Modern	3
1.3 Perbandingan Perilaku <i>Impulse Buying</i> Tahun 2015 dan 2016	4
1.4 Perkembangan Jumlah Pengunjung Januari-Desember 2018	6
1.5 Survey Pra Penelitian Perilaku <i>Impulse Buying</i> di Outlet The Executive Citylink.....	7
1.6 Paradigma Penelitian	82
4.1 Uji Heteroskedastisitas	
