

DAFTAR ISI

BAB 1.....	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.	5
1.4 Manfaat Penelitian.	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.	6
1.4.2 Manfaat Praktis.	6
1.5 Sistematika Penulisan.	6
BAB 2.....	7
Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Atmosfer Ritel.	7
2.1.2 Promosi.	8
2.1.3 Emosi Positif.	8
2.1.4 Pembelian Impulsif.	9
2.2 Hubungan Antar Variabel.	9
2.3 Model Penelitian.	12
BAB 3.....	13
Metode Penelitian.	13
3.1 Objek Penelitian.	13
3.2 Unit Analisis.	13
3.3 Tipe Penelitian.	14
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.	15
3.5 Populasi dan Sampel.	16
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.	17

3.5.1 Metode Penarikan Sampel.....	17
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.7 Metode Analisis Data.....	18
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	20
3.8.1 Uji Validitas.....	20
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	21
3.8.3 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	22
BAB 4.....	25
Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	25
4.1 Hasil Penelitian.....	25
4.1.1 Profil Responden.....	25
4.1.2 Deskripsi Konstruk Penelitian.....	28
4.1.3 Analisis Data Penelitian.....	32
4.1.3.1 Outer Model.....	32
4.1.3.2 Inner Model.....	35
4.2 Pembahasan.....	38
BAB 5.....	41
Kesimpulan dan Saran.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Implikasi Manajerial.....	41
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya.....	42
Daftar Pustaka.....	43