

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK..... | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB- LATIN..... | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 13 |
| C. Tujuan Penelitian | 13 |
| D. Manfaat Penelitian | 14 |
| E. Sistematika Penulisan..... | 15 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 17 |
| A. Deskripsi Teori..... | 17 |
| 1. <i>Theory of Planned Behavior</i> | 17 |
| 2. Perilaku Konsumen..... | 19 |
| 3. <i>Price Discount</i> | 22 |
| 4. <i>Personal Selling</i> | 31 |
| 5. <i>Impulse Buying</i> | 37 |
| 6. <i>Positive Emotion</i> | 43 |
| B. Penelitian Terdahulu | 46 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 54 |
| D. Hipotesis | 55 |

| | |
|--|-----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 67 |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 67 |
| B. Populasi dan Sampel | 67 |
| C. Identifikasi Variabel..... | 69 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 73 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 74 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 82 |
| A. Hasil Penelitian | 82 |
| 1. Gambaran Objek Penelitian | 82 |
| 2. Gambaran Umum Responden | 83 |
| 3. Deskripsi Data Variabel Penelitian | 86 |
| 4. Analisis Data | 96 |
| B. Pembahasan | 110 |
| BAB V PENUTUP..... | 122 |
| A. Kesimpulan | 122 |
| B. Saran | 123 |
| C. Keterbatasan Penelitian | 124 |
| D. Implikasi Penelitian..... | 124 |
| DAFTAR PUSTAKA | xv |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | xv |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 46 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel | 70 |
| Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban Responden | 74 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender | 83 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 84 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 84 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 85 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian | 86 |
| Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel <i>Price Discount</i> (X_1) | 87 |
| Tabel 4. 7 Deskripsi Data Variabel <i>Personal Selling</i> (X_2)..... | 89 |
| Tabel 4. 8 Deskripsi Data Variabel <i>Positive Emotion</i> (Z)..... | 92 |
| Tabel 4. 9 Deskripsi Data Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)..... | 93 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> | 98 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Nilai <i>Cross Loading</i>) | 100 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell-Larcker Criterion</i>)..... | 102 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (HTMT) | 102 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Realiabilitas Berdasarkan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 104 |
| Tabel 4. 15 Hasil Nilai <i>R-Square</i> (R^2)..... | 104 |
| Tabel 4. 16 Hasil Nilai <i>Effect Size</i> (F^2)..... | 105 |
| Tabel 4. 17 Hasil <i>Path Coefficients</i> | 106 |
| Tabel 4. 18 Hasil <i>Model Fit</i> | 107 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>) | 108 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)..... | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1. 1 Jalur Distribusi Barang Dagangan | 2 |
| Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Rania Beauty Kudus Tahun 2022 (dalam Kuantiti) | 8 |
| Gambar 1. 3 Grafik Pengunjung Rania Beauty Kudus Tahun 2022 | 9 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir | 55 |
| Gambar 4. 1 Perancangan Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 96 |
| Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 97 |
| Gambar 4. 3 Hasil <i>Bootstrapping</i> | 107 |

