

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	9
1. <i>Shopping Lifestyle</i> .....	9
a. Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i> .....	9
b. Jenis-jenis Gaya Hidup.....	10
c. Indikator <i>Shopping Lifestyle</i> .....	12
d. <i>Shopping Lifestyle</i> dalam Pandangan Islam .....	13
2. <i>Price Discount</i> .....	14
a. Pengertian Potongan Harga .....	14
b. Jenis-jenis <i>Price Discount</i> .....	16
c. Indikator <i>Price Discount</i> .....	17
d. <i>Price Discount</i> dalam Pandangan Islam.....	18
e. Tujuan Pemberian <i>Discount</i> .....	21
f. Faktor - faktor pemberian <i>discount</i> .....	22
3. <i>Positive Emotion</i> .....	22
a. Pengertian <i>Positive Emotion</i> .....	22
b. Jenis-jenis Emosi .....	23
c. Indikator <i>Positive Emotion</i> .....	25
d. <i>Positive Emotion</i> dalam Pandangan Islam.....	36

4. <i>Impulse Buying</i> .....	28
a. Pengertian <i>Impulse Buying</i> .....	28
b. Jenis-jenis <i>Impulse Buying</i> .....	30
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>impulse buying</i> .....	30
d. Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	32
e. Proses psikologis dalam <i>impulse buying</i> .....	33
f. <i>Impulse Buying</i> dalam Pandangan Islam .....	34
B. Penelitian terdahulu .....	37
C. Kerangka Berpikir .....	41
D. Hipotesis .....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	47
B. Populasi dan Sampel.....	47
C. Identifikasi Variabel .....	48
D. Variabel Operasional .....	49
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F. Teknik Analisis Data dan Metode Pengolahan.....	53
1. Metode pengolahan.....	53
a. Uji Validitas .....	53
b. Uji Reliabilitas .....	54
2. Analisis Data .....	55
a. Uji Asumsi Klasik.....	55
1) Uji Normalitas .....	55
2) Uji Multikolonieritas .....	56
3) Uji Heterokedastisitas.....	56
b. Pengujian Hipotesis .....	57
1) Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
2) Uji T .....	57
3) Uji F .....	58

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	59
1. Gambaran Obyek Penelitian .....	59
2. Visi dan Misi PPTQ Annasuchiyyah.....	60
3. Identitas Lembaga.....	60
4. Struktur Organisasi Kepengurusan .....	61
5. Peraturan Penggunaan Elektronik di Pondok .....	62
6. Deskripsi Responden .....	63
7. Deskripsi Jawaban Responden .....	65
a. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	65

b. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Price Discount</i> .....	67
c. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	69
d. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	70
B. Analisis Data .....	72
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen .....	72
a. Uji Validitas .....	72
b. Uji Reliabilitas.....	74
2. Uji Asumsi Klasik .....	74
a. Uji Normalitas .....	74
b. Uji Multikolonieritas .....	75
c. Uji Heteroskedastisitas .....	76
3. Uji Hipotesis .....	77
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
b. Uji t.....	79
c. Uji F.....	81
d. Koefisien Determinasi .....	82
C. Pembahasan .....	83
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	87
B. Saran-saran .....	88

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**