

DAFTAR PUSTAKA

- Agama RI, Departemen. *Mushaf Al-Quran Dan Terjemah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009.
- Agustiarini, Arika Indah. *Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Pembelian Impulsif Pada Midnight Sale Centro Department Store Yogyakarta*. Tesis Program Pascasarjana UGM, 2012.
- Anic, Ivan-Damir dan Radas, Sonja. *The Impact of Situational Factors on Purchasing Outcomes in The Croatian Hypermarket Retailer*. Journal Ekonomski Pregled, Vol. 57, No.11, 2006.
- Anto, M.B. Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonosia, 2003.
- Arifianti, Ria, dkk. *Gaya Hidup Hedonis*. Bandung: UNPAD PRESS, 2010.
- Arnold, Mark J dan Reynolds, Kristy E. *Hedonic Shopping Motivations*. Journal of Retailing, Vol.79, 2003.
- Banat, Aghnia dan Wandebori, Harimukti. *Store Design and Store Atmosphere Effect on Customer Sales Per Visit*, Conference on Business, Economics, Management And Behavioral Sciences, 2012.
- Berman, Barry dan Evans, Joel R. *Retailing Management* 11th Edition. New Jersey : Prentice Hall, 2010.
- Dharmmesta, B. S. dan Handoko, H. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE, 2008.
- El Sayed, Ismail M *et al*. *The Effects of Physical Surroundings on Egyptian Consumers Emotional States and Buying Intentions*. Journal of International Consumer Marketing, Vol. 16 No.1, 2003.
- Fitriana, Ana. *Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak*. Journal of Applied Intelligent System, Vol. 1, No.2, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2012.
- Hawkins, Del I *et al*. *Consumer Behavior :Building Marketing Strategy*. New York : Tata McGraw-Hill, 2010.

- Hetharie, Jondry A. *Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Kota Ambon)*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol.11, No. 3, 2012.
- Ismail, Rumra Suryanti. *Respon Situasional Sebagai Stimulus Pembelian Impulsif di Kota Ambon*. Jurnal Benchmark, Vol. 2, No. 1, 2013.
- J. Roger Engel, D. Blackwell dan W. Miniard, Paul. *Perilaku Konsumen*, alih bahasa: Budyanto, Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara Publisher, 2008.
- John M. Ivancevich *et.al.*, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, alih bahasa: Gina Ganin. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Khan, Matin, *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Delhi: New Age International Ltd, 2006.
- Levy, Michael dan Weitz, Barton A. *Retailing Management* 8th Edition. New York: McGraw Hill, 2012.
- Magdalena, Nonie. *Model Stimulus Organisme Response : Penentu Perilaku Pembelian Konsumen Secara Situasional*. Jurnal Manajemen, Vol. 4, No 2, 2005.
- Mihic, Mirela dan Kursan, Ivana. *Assesing The Situational Factors and Impulsive Buying Behavior: Market Segmentation Approach*. Journal Management, Vol. 15, No. 2, 2010.
- Miladani, Devi M. *Pengaruh Stabilitas Suasana Hati dan Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif*. Tesis, Program Pascasarjana UGM, 2012.
- Morissan. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Prenamedia Group, 2014.
- Mowen, John C dan Minor Michael. *Perilaku Konsumen*, alih bahasa: Dwi Kartini Yahya, Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Muruganantham, G dan Shankar, Ravi. *A Review of Impulse Buying Behavior*. International Journal of Marketing Studies; Vol. 5, No.3, 2013.
- Nandha Octaprinanta *et al.* *Pengaruh Faktor Situasioanal Terhadap Emotional States dan Impulse Buying Survei Pada Pengunjung Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.5, No.1, 2013.

- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York : McGraw-Hill, 2010.
- Prawitasari, Johana E. *Psikologi Terapan: Melintas Batas Disiplin Ilmu*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Purnomo, R. Serfianto, dkk. *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: Pt Gramedia, 2012.
- Rahayu, Yulianita. *Perilaku Belanja Impulsif Pengunjung Mall di Kota Bandung*. Jurnal Ekubis, Vol.1, No.2, 2017.
- Rohman, Fatchur. *Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 7, No 2, 2009.
- Sahertian, Ketrin dan Sahertian, Olivia Laura. *Pengaruh Stimulus Lingkungan Fisik dan Lingkungan Sosial Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Hypermart Ambon City Center Passo Kota Ambon)*. Jurnal Arthavidya, Vol.1, 2014.
- Salomon, Michael R. *Consumer Behavior*. Chicago: Dryden Press, 2002.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, cet. 3. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Setiawan, Rony dan Priatna, Nana Dara. *Pengantar Statistik*. Yogyakarta: Graham Ilmu, 2005.
- Sharma, Piyush *et al.* *Exploring Impulse Buying and Variety Seeking by Retail Shoppers: Towards a Common Conceptual Framework*. Journal of Marketing Management, Vol. 26, 2010.
- Spangenberg *et al.* *Gender-congruent Ambient Scent Influences on Approach and Avoidance Behaviors in A Retail Store*. Journal of Bussines Research, 2006.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam*

Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.

Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Wolf, Larissa *et al.* *The Influence of Situation-Dependent Factors on Mobile Shopping Usage*. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences, 2017.

Zhuang *et al.* *Impacts of Situational Factors on Buying Decisions in Shopping Malls : An Empirical Study with Multinational Data*. Journal of Marketing, Vol. 40, No.1, 2006.

Verplanken, B dan Herabadi, A. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. European Journal Personality, 2001.

Walters, Rockney G dan Jamil, Maqbul. *Exploring The Relationships Between Shopping Trip Type Purchases of Products on Promotion and Shopping Basket Profit*. Journal of Business Research, Vol 56, No.1, 2003.

Widawati. *Analisis Perilaku Impulse Buying dan Locus of Control Pada Perilaku Konsumen di Carefour Bandung*. Jurnal Sosial dan Pembangunan, Vol. 27, No. 2, 2011.

<https://m.tempoco.id> : pembelanja indonesia makin impulsif, akses tanggal 10 September 2017.

UIN
SUMATERA UTARA
MEDAN

LAMPIRAN

Bapak/Ibu/Sdr/i Konsumen

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan tesis yang berjudul “**Analisis Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Pembelian Impulsif Pada Binjai Supermall**”, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : T. Fadlanil Muflih

Nim : 91215043689

Prodi/PT : Ekonomi Islam/Pasca Sarjana UIN Sumatera Utara

Memohon kepada Bpk/Ibu/Sdr/i untuk kesediaannya menjawab kuesioner berikut ini.

Mengingat penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, saya mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat Anda. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuesioner ini.

Atas kerjasama dan kesediaan Bpk/Ibu/Sdr/i mengisi daftar kuesioner ini, saya haturkan terima kasih.

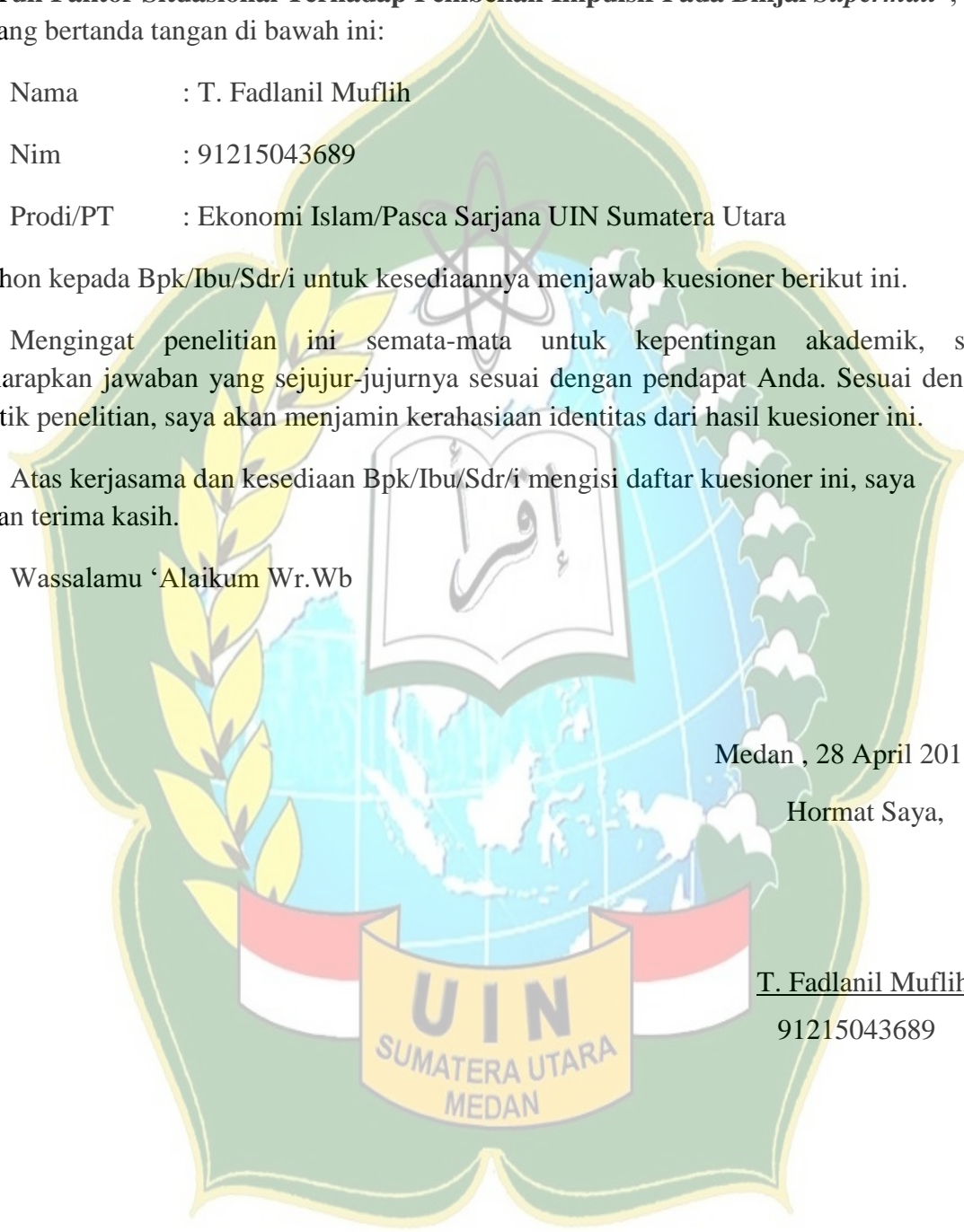
Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb

Medan , 28 April 2018

Hormat Saya,

T. Fadlanil Muflih

91215043689



Pada pertanyaan- pertanyaan di bawah ini, Anda hanya diperkenankan memilih **satu** dari beberapa alternatif jawaban dengan cara memberi tanda silang (√) pada pilihan anda.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita

2. Umur :
 - a. < 20 Tahun
 - b. 21-30 Tahun
 - c. 31-40 Tahun
 - d. 41-50 Tahun
 - e. >50 Tahun

3. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. lain-lain (diisi sendiri)

Petunjuk Pengisian

- a. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
- b. Berilah tanda “√” pada kolom yang anda pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.
- c. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - KS = Kurang Setuju
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan Lingkungan Fisik (X1)	SS	S	KS	TS	STS
1	Display mall yang menarik saya untuk melakukan pembelian produk di mall tersebut.					
2	Ketersediaan produk membuat saya tertarik untuk membeli					
3	Alunan musik yang menyenangkan membuat saya membeli produk di mall tersebut.					
4	Aroma ruangan yang harum membuat saya membeli produk di mall tersebut					
5	Tata warna ruangan yang menarik saya untuk melakukan pembelian produk di mall tersebut					

No	Pertanyaan Lingkungan sosial (X2)	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan mall yang ramah membuat saya ingin membeli produk yang dijual					
2	Karyawan di dalam mall pandai dalam menjelaskan kelebihan produk yang ditawarkan					
3	Ramainya pengunjung mall membuat Saya membeli produk di mall tersebut					
4	Saya memilih membeli produk karena saran keluarga					
5	Saya berbelanja lebih banyak daripada yang direncanakan sebelumnya ketika berbelanja dengan teman.					
No	Pertanyaan Perspektif waktu (X3)	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian dengan waktu yang santai					
2	Saya sering terburu-buru dalam melakukan pembelian					
3	Saya melakukan pembelian pada waktu hari-hari besar					
4	Saya melakukan pembelian ketika pada waktu gajian					
5	Saya melakukan pembelian pada saat ada promosi atau diskon					
No	Pertanyaan Suasana hati (X4)	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya begitu bergairah untuk membeli produk yang diinginkan bila suasana hati sedang sangat gembira					
2	Keinginan saya untuk berbelanja meningkat pada saat merasa bosan					
3	Saya bisa menjadi sangat bersemangat jika melihat melihat sesuatu yang menarik dan ingin saya beli					
4	Saya merasa bangga untuk membeli sesuatu dalam berbelanja					
5	Ketika saat sedih saya akan melakukan pembelian untuk mengembalikan <i>mood</i> saya					
No	Pertanyaan Pembelian impulsif (Y)	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli produk tanpa melakukan perencanaan sebelumnya, karena teringat dengan produk yang ingin dibeli sebelumnya.					
2	Saat membeli produk yang sangat diinginkan, biasanya saya melakukan pembelian secara spontan meskipun belum ada rencana membelinya					
3	Saya terkadang tidak bisa menahan minat untuk membeli produk yang sangat menarik perhatian,					

	untuk memenuhi hasrat yang muncul					
4	Saya jarang berfikir sebelumnya apakah barang yang saya beli benar-benar saya butuhkan					
5	Saya terkadang membeli suatu produk karena penawaran yang menggiurkan, bukan karena saya membutuhkannya					



Tabel Jawaban Responden Tentang Variabel Lingkungan Fisik

No responden	Skor jawaban					Total skor
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	3	4	4	4	4	19
2	3	3	3	4	4	17
3	5	4	4	4	4	21
4	5	4	4	4	4	21
5	5	4	5	5	5	24
6	4	4	4	4	4	20
7	4	3	4	4	4	19
8	5	4	4	4	5	22
9	4	3	4	4	4	19
10	4	3	4	4	4	19
11	5	4	4	5	4	22
12	5	3	4	4	5	21
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	5	21
15	5	4	4	4	4	21
16	5	4	4	4	5	22
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	4	5	24
19	5	4	4	5	4	22
20	4	4	4	4	5	21
21	5	4	4	5	4	22
22	5	5	4	5	3	22
23	4	4	4	4	3	19
24	4	4	4	5	4	21
25	5	3	5	5	4	22
26	4	4	4	5	4	21
27	5	4	5	5	4	23

28	5	4	5	5	4	23
29	4	4	4	4	4	20
30	5	4	5	5	4	23
31	5	4	4	5	4	22
32	4	4	4	4	3	19
33	5	4	4	5	5	23
34	5	4	4	5	5	23
35	4	5	3	5	4	21
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	5	5	22
41	4	4	5	4	4	21
42	5	5	5	5	4	24
43	5	5	5	5	5	25
44	5	4	4	4	5	22
45	4	4	5	5	5	23
46	4	5	4	5	4	22
47	4	4	3	5	5	21
48	4	4	3	5	3	19
49	3	4	3	5	4	19
50	3	4	3	4	4	18
51	3	3	4	4	4	18
52	4	4	4	4	5	21
53	5	4	4	5	5	23
54	4	4	3	5	5	21
55	4	4	3	4	4	19
56	4	5	4	5	5	23
57	4	5	4	5	5	23

58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	5	5	5	23
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	5	4	21
62	5	5	4	5	5	24
63	4	4	4	5	4	21
64	5	5	5	5	3	23
65	5	4	5	5	4	23
66	5	4	4	5	4	22
67	4	4	4	4	3	19
68	4	4	4	5	4	21
69	5	4	4	5	5	23
70	4	5	3	5	4	21
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	5	5	22
76	4	4	5	4	4	21
77	5	5	5	5	4	24
78	5	5	5	5	5	25
79	5	4	4	4	5	22
80	4	4	5	5	5	23
81	4	5	4	5	4	22
82	4	4	3	5	5	21
83	4	4	3	5	3	19
84	3	4	3	5	4	19
85	3	4	3	4	4	18
86	3	3	4	4	4	18
87	4	4	4	4	5	21

88	5	4	4	5	5	23
89	4	4	3	5	5	21
90	4	4	3	4	4	19
91	4	5	4	5	5	23
92	4	5	4	5	4	22
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	5	5	5	23
95	5	5	5	5	5	25
96	4	4	4	5	4	21
97	5	5	4	5	5	24
98	4	4	4	5	4	21
99	5	5	5	5	3	23
100	3	4	4	4	4	19

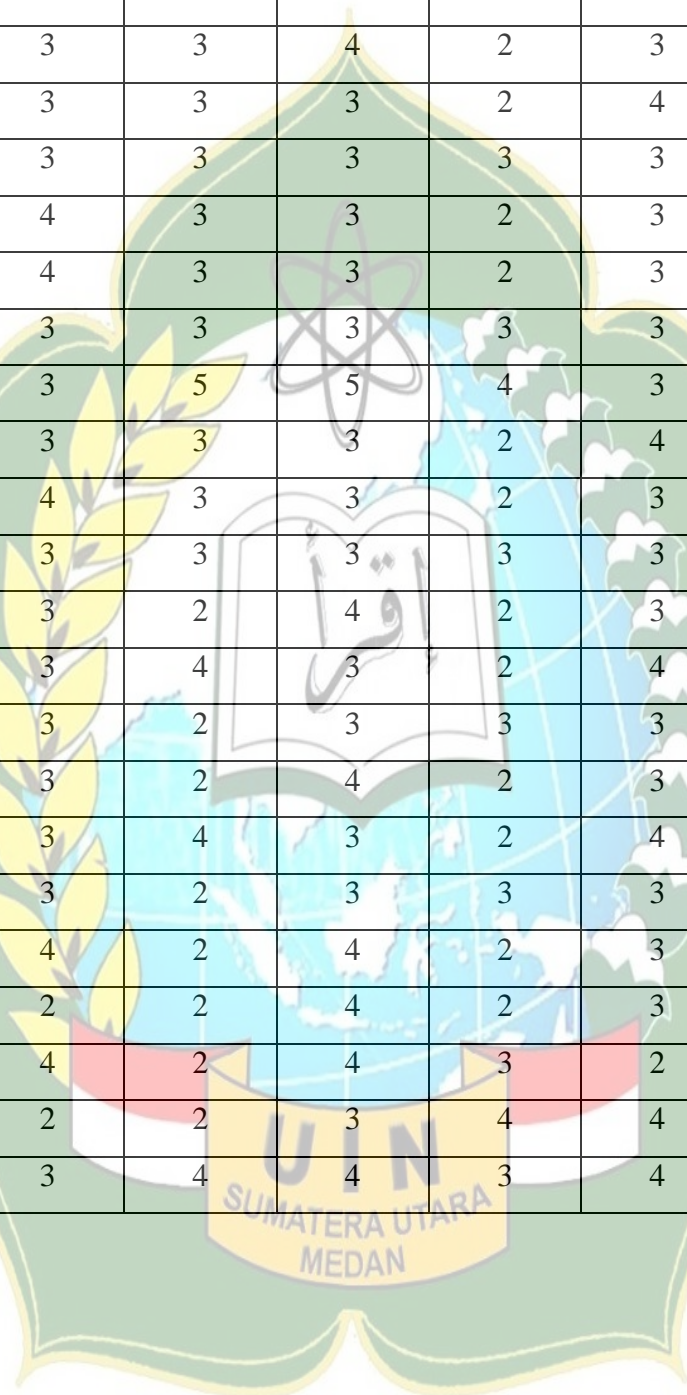
Tabel Jawaban Responden Tentang Variabel Lingkungan Sosial

No responden	Skor jawaban					Total skor
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	5	5	5	5	25
2	3	5	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	5	25
6	2	5	4	4	5	20
7	5	5	3	5	2	20
8	5	5	5	4	5	24
9	5	5	4	3	5	22
10	5	3	5	4	5	22
11	5	5	5	5	5	25
12	3	2	4	4	2	15
13	5	5	4	3	5	22

14	5	5	5	4	5	24
15	5	5	4	5	3	22
16	4	5	5	4	5	23
17	5	5	4	4	5	23
18	5	5	5	4	4	23
19	4	3	4	4	4	19
20	3	5	5	5	4	22
21	4	5	5	4	5	23
22	4	5	3	4	4	20
23	4	5	5	4	4	22
24	4	4	5	4	4	21
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	3	4	19
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	5	4	4	21
30	4	4	3	4	4	19
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	5	4	22
33	4	4	4	2	4	18
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	5	5	4	22
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	3	4	19
38	4	4	5	3	3	19
39	4	4	4	3	4	19
40	4	4	4	3	4	19
41	4	4	4	4	3	19
42	4	4	4	3	4	19
43	4	4	3	2	3	16

44	4	4	4	3	4	19
45	4	4	4	3	4	19
46	4	4	4	3	4	19
47	4	4	4	4	4	20
48	3	4	5	3	4	19
49	4	2	4	3	4	17
50	4	4	5	3	4	20
51	3	4	4	2	4	17
52	4	4	4	3	3	18
53	3	4	3	4	4	18
54	4	4	4	3	4	19
55	5	4	3	3	4	19
56	4	2	3	3	4	16
57	4	4	4	3	4	19
58	4	4	3	3	3	17
59	4	4	4	3	3	18
60	4	3	4	3	4	18
61	4	3	4	2	4	17
62	4	3	3	3	4	17
63	4	3	4	3	4	18
64	4	3	3	3	4	17
65	4	3	3	3	4	17
66	4	3	4	4	4	19
67	4	3	4	3	4	18
68	3	3	4	3	4	17
69	3	3	3	2	4	15
70	3	3	3	3	4	16
71	3	3	3	3	4	16
72	3	3	3	3	3	15
73	3	3	4	2	3	15

74	3	3	4	2	3	15
75	5	3	3	2	3	16
76	3	3	5	4	3	18
77	3	3	3	2	4	15
78	3	4	3	2	3	15
79	4	3	3	2	3	15
80	3	3	4	2	3	15
81	3	3	3	2	4	15
82	3	3	3	3	3	15
83	4	3	3	2	3	15
84	4	3	3	2	3	15
85	3	3	3	3	3	15
86	3	5	5	4	3	20
87	3	3	3	2	4	15
88	4	3	3	2	3	15
89	3	3	3	3	3	15
90	3	2	4	2	3	14
91	3	4	3	2	4	16
92	3	2	3	3	3	14
93	3	2	4	2	3	14
94	3	4	3	2	4	16
95	3	2	3	3	3	14
96	4	2	4	2	3	15
97	2	2	4	2	3	13
98	4	2	4	3	2	13
99	2	2	3	4	4	15
100	3	4	4	3	4	18



Tabel Jawaban Responden Tentang Variabel Perspektif Waktu

No responden	Skor jawaban					Total skor
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	1	4	5	4	18
2	5	1	5	5	5	21
3	4	1	5	5	4	19
4	5	1	5	5	5	21
5	4	1	5	4	4	18
6	4	1	5	5	4	19
7	5	1	5	5	5	21
8	5	2	4	4	5	20
9	4	1	4	5	5	19
10	5	1	5	5	5	21
11	3	1	4	5	5	18
12	5	1	4	5	4	19
13	4	1	4	5	5	19
14	5	1	4	4	5	19
15	3	1	5	3	5	17
16	5	1	4	3	5	18
17	5	2	4	5	5	21
18	3	1	4	5	5	18
19	5	1	4	4	5	19
20	5	1	4	4	4	18
21	5	1	4	5	3	18
22	4	1	4	4	5	18
23	5	1	4	4	5	19
24	5	1	4	4	5	19
25	4	2	3	4	2	15
26	4	1	4	4	4	17
27	5	1	4	4	3	17

28	4	1	4	4	4	17
29	5	1	4	4	4	18
30	5	2	4	4	5	20
31	5	2	3	4	4	18
32	5	2	4	5	4	20
33	4	2	3	4	3	16
34	4	2	4	4	4	18
35	4	1	4	4	4	17
36	4	2	3	4	3	16
37	4	1	4	4	5	18
38	5	2	3	4	4	18
39	4	2	3	4	3	16
40	4	3	3	4	5	19
41	4	2	4	3	4	17
42	4	2	3	4	4	17
43	4	2	3	4	3	16
44	4	2	4	4	4	18
45	4	2	3	4	4	17
46	3	4	4	4	2	17
47	4	2	3	4	4	17
48	5	2	4	4	4	19
49	3	2	3	4	4	16
50	4	2	3	2	4	15
51	4	2	3	3	4	16
52	4	3	4	4	3	18
53	4	2	3	4	3	16
54	4	3	3	4	3	17
55	4	2	3	2	2	13
56	4	4	4	4	3	19
57	4	2	3	4	3	16

58	5	3	3	4	3	18
59	4	2	5	3	3	17
60	4	2	3	4	3	16
61	4	2	3	4	3	16
62	5	2	3	4	3	17
63	4	2	3	4	3	16
64	5	2	3	4	3	17
65	4	2	3	4	3	16
66	4	3	3	3	3	16
67	4	2	4	3	3	16
68	4	2	3	3	3	15
69	5	2	3	3	3	16
70	4	2	3	3	3	15
71	4	2	3	3	3	15
72	4	2	4	3	3	16
73	4	2	3	3	3	15
74	3	2	4	3	3	15
75	4	2	3	3	2	14
76	5	3	3	5	3	19
77	4	2	3	3	3	15
78	4	3	3	3	3	16
79	4	2	3	3	3	15
80	3	3	3	3	3	15
81	4	3	3	3	4	17
82	3	3	3	3	3	15
83	3	3	4	3	3	16
84	3	3	2	4	3	15
85	3	2	2	3	4	14
86	3	3	4	3	3	16
87	4	3	2	3	3	15

88	3	2	2	3	2	12
89	3	3	2	4	2	14
90	4	3	2	3	2	14
91	3	3	2	4	2	14
92	4	3	2	3	4	16
93	3	3	4	3	2	15
94	4	2	2	3	2	13
95	4	4	3	4	4	19
96	3	4	4	2	4	17
97	3	2	3	4	4	16
98	4	3	2	4	2	15
99	4	2	5	4	4	19
100	4	2	4	5	4	19

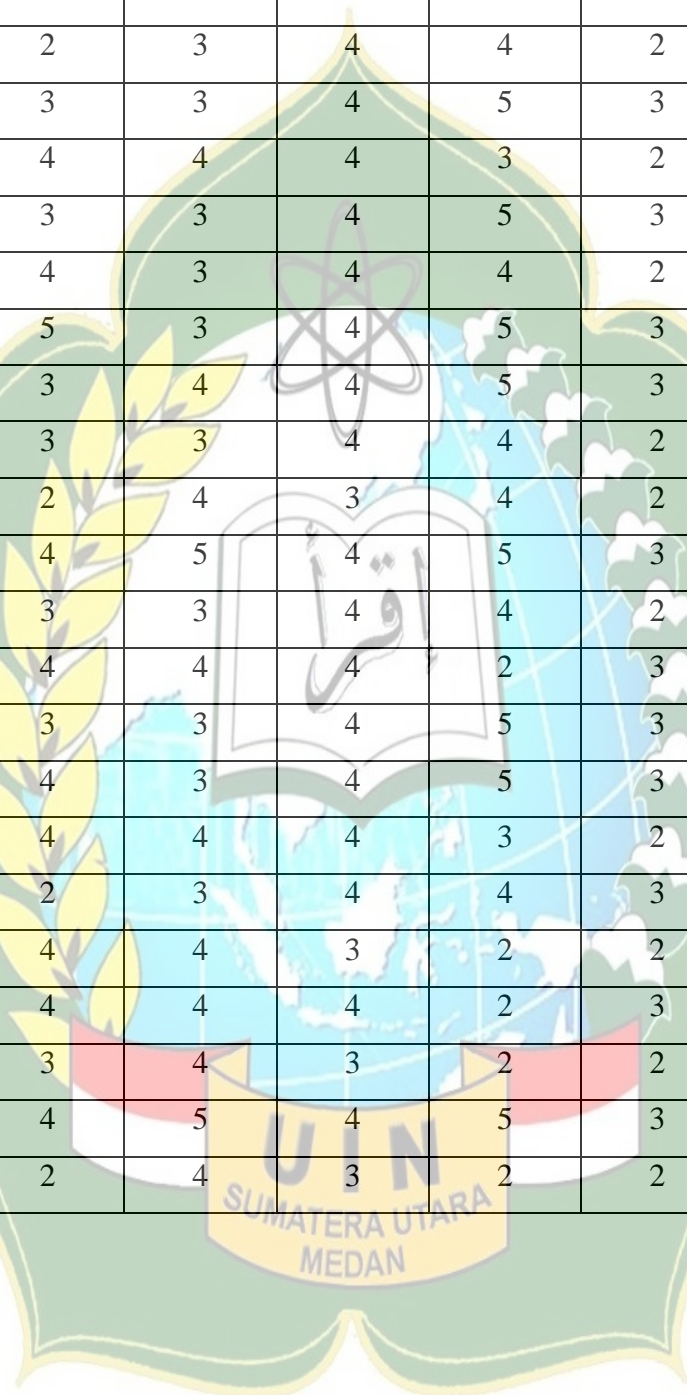
Tabel Jawaban Responden Tentang Variabel Suasana Hati

No responden	Skor jawaban					Total skor
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	5	5	4	5	24
2	4	5	3	3	3	18
3	5	5	5	3	4	22
4	4	2	3	3	3	15
5	4	4	2	4	4	18
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	3	4	4	19
8	2	4	3	3	3	15
9	5	5	5	4	5	24
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	3	4	4	19
12	4	2	3	4	4	17
13	5	5	5	4	5	24

14	4	4	3	4	4	19
15	4	4	3	3	4	18
16	4	4	3	4	4	19
17	3	4	5	4	5	21
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	4	4	3	3	4	18
21	3	3	5	5	5	21
22	5	3	5	3	5	21
23	4	4	3	3	4	18
24	3	5	5	4	5	22
25	5	5	5	4	5	24
26	5	4	5	5	5	24
27	4	4	3	3	4	18
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	3	3	4	18
30	5	5	5	5	5	25
31	5	3	5	4	5	22
32	5	3	5	3	5	21
33	4	4	4	3	4	19
34	4	2	3	2	2	13
35	5	5	5	4	5	24
36	2	3	4	2	4	15
37	4	5	5	4	5	23
38	4	4	2	3	2	15
39	3	4	3	2	3	15
40	5	5	5	4	5	24
41	2	4	3	3	2	14
42	4	4	4	3	2	17
43	5	5	5	4	5	24

44	5	4	5	5	5	24
45	5	4	5	4	5	23
46	5	4	3	5	5	22
47	5	4	3	3	5	20
48	5	4	4	4	5	22
49	5	4	3	3	5	20
50	5	4	5	5	5	24
51	5	4	4	4	5	22
52	5	4	5	3	5	22
53	5	5	5	4	5	24
54	5	4	4	5	5	23
55	3	4	2	2	2	13
56	4	4	4	5	5	22
57	5	5	4	3	5	22
58	3	4	5	5	5	22
59	4	4	4	3	5	20
60	3	4	5	5	5	22
61	5	3	5	4	4	21
62	3	4	3	3	3	16
63	4	4	3	2	2	15
64	4	3	2	2	2	13
65	2	4	3	2	2	13
66	5	5	4	3	3	20
67	4	3	2	2	2	13
68	3	4	3	3	2	15
69	4	4	4	2	3	17
70	5	4	4	3	3	19
71	4	4	4	3	2	17
72	4	4	3	2	3	16
73	3	3	2	2	2	12

74	2	3	2	4	2	13
75	4	4	4	2	3	17
76	3	3	3	4	2	15
77	4	4	2	2	3	15
78	2	4	3	2	2	13
79	3	3	4	4	2	16
80	2	3	4	4	2	15
81	3	3	4	5	3	18
82	4	4	4	3	2	17
83	3	3	4	5	3	18
84	4	3	4	4	2	17
85	5	3	4	5	3	20
86	3	4	4	5	3	19
87	3	3	4	4	2	16
88	2	4	3	4	2	15
89	4	5	4	5	3	21
90	3	3	4	4	2	16
91	4	4	4	2	3	17
92	3	3	4	5	3	18
93	4	3	4	5	3	19
94	4	4	4	3	2	17
95	2	3	4	4	3	16
96	4	4	3	2	2	15
97	4	4	4	2	3	17
98	3	4	3	2	2	14
99	4	5	4	5	3	21
100	2	4	3	2	2	13



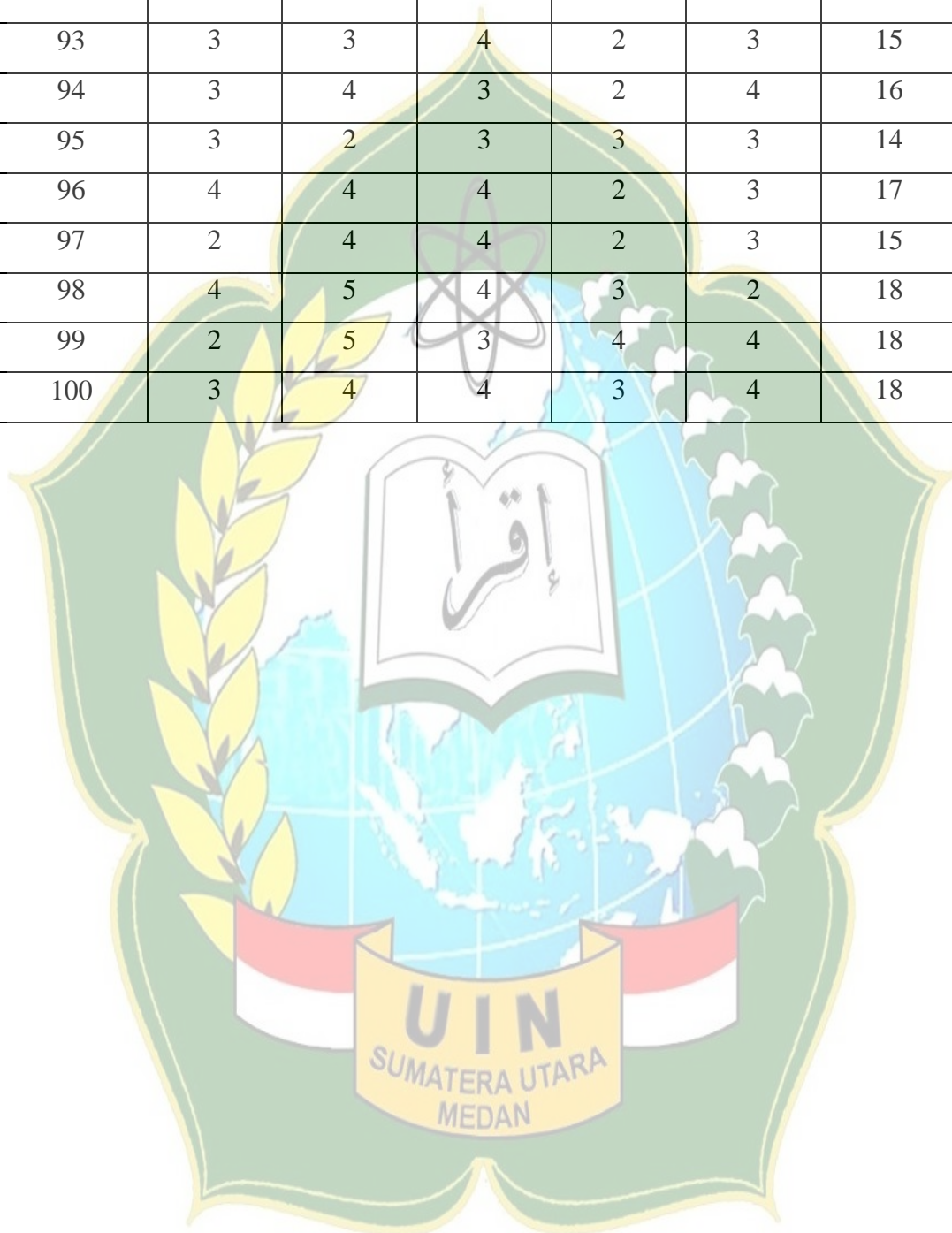
Tabel Jawaban Responden Tentang Variabel Pembelian Impulsif

No responden	Skor jawaban					Total skor
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	5	5	5	5	25
2	3	5	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25
4	5	2	4	5	5	21
5	5	4	5	5	5	24
6	2	5	4	4	5	20
7	5	4	3	5	2	19
8	5	4	5	4	5	23
9	5	5	4	3	5	22
10	5	5	5	4	5	24
11	5	4	5	5	5	24
12	3	2	4	4	2	15
13	5	5	4	3	5	22
14	5	4	5	4	5	23
15	5	4	4	5	3	21
16	4	4	5	4	5	22
17	5	4	4	4	5	22
18	5	5	5	4	4	23
19	4	5	4	4	4	21
20	3	4	5	5	4	21
21	4	3	5	4	5	21
22	4	3	3	4	4	18
23	4	4	5	4	4	21
24	4	5	5	4	4	22
25	4	5	4	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20

27	4	4	4	3	4	19
28	4	5	4	4	4	21
29	4	4	5	4	4	21
30	4	5	3	4	4	20
31	4	3	4	4	4	19
32	4	3	5	5	4	21
33	4	4	4	2	4	18
34	4	2	4	4	4	18
35	4	5	5	5	4	23
36	4	3	4	4	4	19
37	4	3	4	3	4	18
38	4	4	5	3	3	19
39	4	4	4	3	4	19
40	4	5	4	3	4	20
41	4	4	4	4	3	19
42	4	4	4	3	4	19
43	4	5	3	2	3	17
44	4	3	4	3	4	18
45	4	3	4	3	4	18
46	4	4	4	3	4	19
47	4	4	4	4	4	20
48	3	4	5	3	4	19
49	4	5	4	3	4	20
50	4	4	5	3	4	20
51	3	4	4	2	4	17
52	4	3	4	3	3	17
53	3	5	3	4	4	19
54	4	4	4	3	4	19
55	5	4	3	3	4	19
56	4	4	3	3	4	18

57	4	3	4	3	4	18
58	4	4	3	3	3	17
59	4	4	4	3	3	18
60	4	4	4	3	4	19
61	4	2	4	2	4	16
62	4	4	3	3	4	18
63	4	4	4	3	4	19
64	4	3	3	3	4	17
65	4	4	3	3	4	18
66	4	5	4	4	4	21
67	4	3	4	3	4	18
68	3	4	4	3	4	18
69	3	4	3	2	4	16
70	3	4	3	3	4	17
71	3	4	3	3	4	17
72	3	4	3	3	3	16
73	3	2	4	2	3	14
74	3	3	4	2	3	15
75	5	4	3	2	3	17
76	3	3	5	4	3	18
77	3	4	3	2	4	16
78	3	5	3	2	3	16
79	4	3	3	2	3	15
80	3	2	4	2	3	14
81	3	3	3	2	4	15
82	3	4	3	3	3	16
83	4	3	3	2	3	15
84	4	2	3	2	3	14
85	3	3	3	3	3	15
86	3	4	5	4	3	19

87	3	3	3	2	4	15
88	4	4	3	2	3	16
89	3	5	3	3	3	17
90	3	2	4	2	3	14
91	3	4	3	2	4	16
92	3	2	3	3	3	14
93	3	3	4	2	3	15
94	3	4	3	2	4	16
95	3	2	3	3	3	14
96	4	4	4	2	3	17
97	2	4	4	2	3	15
98	4	5	4	3	2	18
99	2	5	3	4	4	18
100	3	4	4	3	4	18



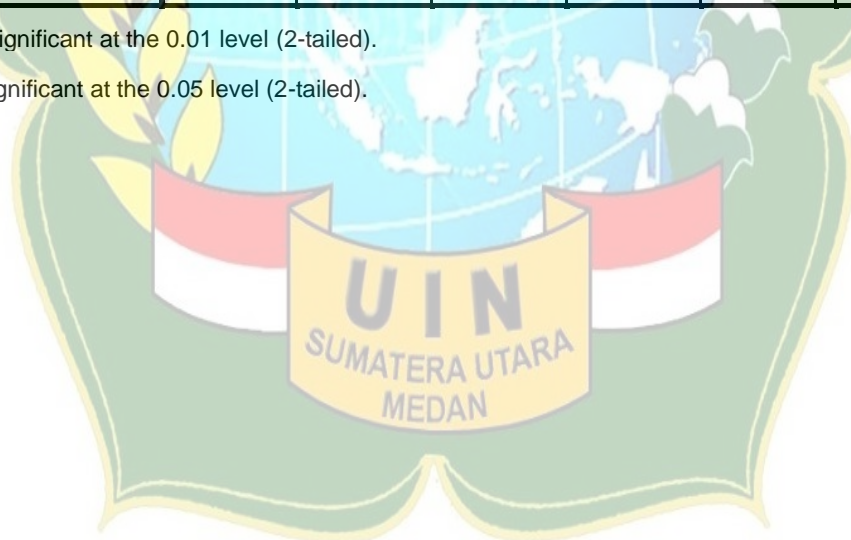
Uji Validitas Lingkungan Fisik

Correlations

		a	b	c	d	e	total
a	Pearson Correlation	1	.372**	.546**	.343**	.259**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b	Pearson Correlation	.372**	1	.307**	.477**	.177	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.078	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c	Pearson Correlation	.546**	.307**	1	.212*	.204*	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.034	.041	.000
	N	100	100	100	100	100	100
d	Pearson Correlation	.343**	.477**	.212*	1	.185	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.034		.066	.000
	N	100	100	100	100	100	100
e	Pearson Correlation	.259**	.177	.204*	.185	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.009	.078	.041	.066		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.772**	.677**	.705**	.620**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Uji Validitas Lingkungan Sosial

Correlations

		a	b	c	d	e	total_lf
a	Pearson Correlation	1	.483**	.318**	.401**	.366**	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b	Pearson Correlation	.483**	1	.460**	.563**	.533**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c	Pearson Correlation	.318**	.460**	1	.525**	.389**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
d	Pearson Correlation	.401**	.563**	.525**	1	.386**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
e	Pearson Correlation	.366**	.533**	.389**	.386**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total_lf	Pearson Correlation	.669**	.837**	.703**	.788**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Uji Validitas Perspektif Waktu

Correlations

		a	b	c	d	e	total_pw
a	Pearson Correlation	1	-.399**	.265**	.357**	.347**	.593**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b	Pearson Correlation	-.399**	1	-.512**	-.420**	-.553**	-.364**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c	Pearson Correlation	.265**	-.512**	1	.389**	.570**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
d	Pearson Correlation	.357**	-.420**	.389**	1	.426**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
e	Pearson Correlation	.347**	-.553**	.570**	.426**	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total_pw	Pearson Correlation	.593**	-.364**	.722**	.703**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



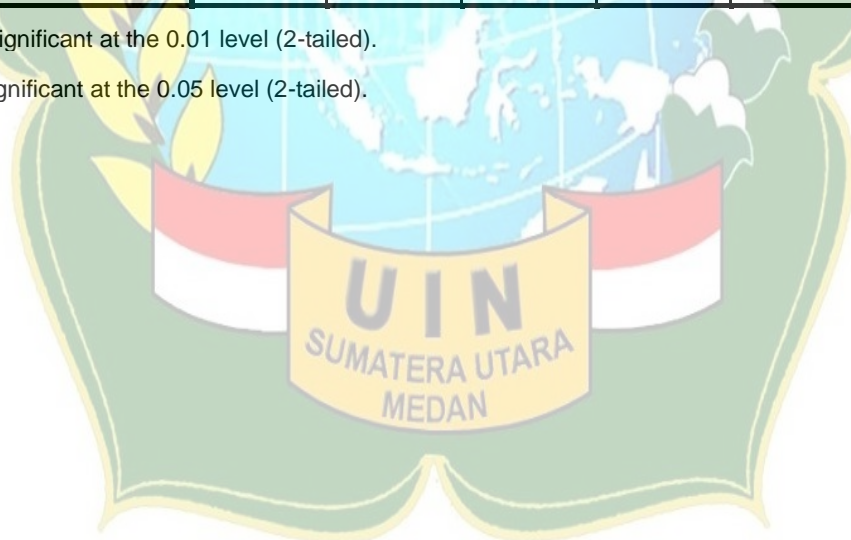
Uji Validitas Suasana Hati

Correlations

		a	b	c	d	e	total_sh
a	Pearson Correlation	1	.386**	.441**	.238*	.622**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.017	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b	Pearson Correlation	.386**	1	.355**	.148	.425**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.142	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c	Pearson Correlation	.441**	.355**	1	.541**	.632**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
d	Pearson Correlation	.238*	.148	.541**	1	.491**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.017	.142	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
e	Pearson Correlation	.622**	.425**	.632**	.491**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total_sh	Pearson Correlation	.727**	.578**	.808**	.678**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



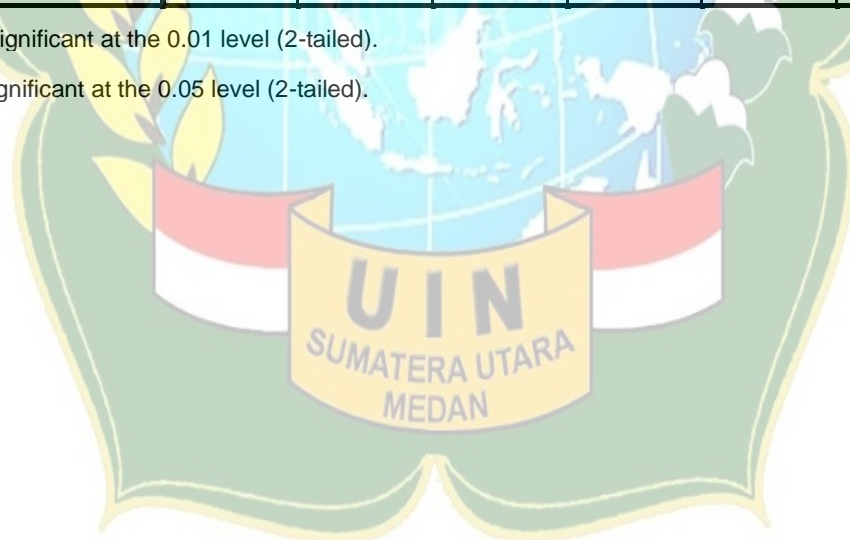
Uji Validitas Pembelian Impulsif

Correlations

		a	b	c	d	e	total
a	Pearson Correlation	1	.314**	.400**	.210*	.589**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.036	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
b	Pearson Correlation	.314**	1	.195	.061	.317**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.001		.052	.548	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
c	Pearson Correlation	.400**	.195	1	.525**	.621**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.052		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
d	Pearson Correlation	.210*	.061	.525**	1	.466**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.036	.548	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
e	Pearson Correlation	.589**	.317**	.621**	.466**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.708**	.509**	.777**	.651**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.022	1.606		1.258	.211		
	lingkungan fisik	.013	.052	.009	.252	.802	.946	1.057
	lingkungan sosial	.781	.042	.879	18.492	.000	.594	1.683
	perspektif waktu	.013	.065	.009	.194	.847	.624	1.604
	suasana hati	.090	.030	.119	2.957	.004	.832	1.202

a. Dependent Variable: pembelian impulsif

