DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Kenaikan Alfamart 2

Tabel 1.2 Faktor Pembelian Impulsif 6

Tabel 1.3 Penjualan Ritel Indonesia 7

Tabel 1.4 Pertumbuhan Omzet Ritel Modern Nasional 8

Tabel 1.5 Pertumbuhan Penjualan FMCG Menurut Jenis Produk 9

Tabel 2.1 Tabel Kombinasi 21

Tabel 2.2 Skripsi 22

Tabel 2.3 Jurnal Internasional 26

Tabel 2.4 Jurnal Nasional.....30

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 38

Tabel 3.2 Skala Penelitian Likert.....42

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 47

Tabel 3.4 Ukuran Ketetapan KMO.....50

Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia 57

Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 58

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Pengadaan Barang 60

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Pengelompokan Barang.....61

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Penyusunan Barang 64

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Positive Buying Emotions 66

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Mood Management 68

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Irresistible Urge To Buy 69

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Cognitive Deliberation 71

Tabel 4.11 Tanggapan Responden TerhadapUnplenned Buying 72

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap In-Store Stimuli 74

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan Ritel 78

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Nilai Hendonik 80

Tabel 4.15 Uji KMO dan Bartlett 81

Tabel 4.16 Communilities 82

Tabel 4.17 Total Variance Explained 84

Tabel 4.18 Matriks Rotasi Faktor 85

Tabel 4.19 Validasi Faktor Sample (Responden) 1-193 86

Tabel4.20 Sample (Responden) 194-385 87

Tabel4.21 Perbandingan Hasil Penelitian 91