

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Hypermart	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan penjualan ritel.....	3
Gambar 1.3 10 Negara dengan indeks pasar ritel terbesar.....	4
Gambar 1.4 Pembelian <i>offline</i> yang paling umum di Indonesia	5
Gambar 1.5 Nilai penjualan ritel grosir.....	6
Gambar 1.6 Kriteria makanan yang dibeli di Indonesia	8
Gambar 1.7 Jumlah wisatawan mancanegara ke Bali	10
Gambar 1.8 Penjualan Hypermart Mal Bali Galeria.....	11
Gambar 1.9 Pembelian dan promo pada hari raya Nyepi	12
Gambar 1.10 Pembelian dan promo pada hari raya Galungan & Kuningan.....	13
Gambar 1.11 Lingkungan Toko Hypermart Mal Bali Galeria	15
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	52
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 3.1 Tahapan Proses Penelitian Kuantitatif.....	64
Gambar 3.2 Total sampel menggunakan aplikasi G-Power	66
Gambar 3.3 Garis Kontinum	74
Gambar 3. 4 <i>Research Framework</i>	83
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	86
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	87
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan.....	88
Gambar 4. 5 Deteksi <i>Outlier</i>	89
Gambar 4. 6 Hasil Deteksi <i>Outlier</i>	90
Gambar 4. 7 <i>P-Plot Dependent Variable Compulsive Buying</i>	91
Gambar 4. 8 <i>Scatterplot Dependent Variable Compulsive Buying</i>	93

Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel <i>Store environment</i>	96
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel <i>Promotional Activities</i>	98
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Variabel <i>Impulsive Buying Tendency</i>	102
Gambar 4. 12 Garis Kontinum Variabel <i>Compulsive Buying</i>	105
Gambar 4. 13 <i>Outer Model</i>	107
Gambar 4. 14 <i>Inner Model</i>	110