

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Pemetaan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1	Konsep, Variabel dan Indikator	38
Tabel 3.2	Skala Likert	39
Tabel 3.3	Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen	45
Tabel 3.4	Rekapitulasi Uji Reliabilitas Instrumen	46
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.	55
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas mengunjungi Giant <i>Hypermarket</i> Mall Olympic Garden Malang.....	57
Tabel 4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran dalam Sekali Berbelanja	58
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Indikator <i>Store Atmosphere</i>	60
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Indikator <i>Store Design</i>	63
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Indikator <i>Employee Assistances</i>	65
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Time Pressure</i>	68
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Crowding</i>	70
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Variabel Dimensi Emosi.....	72
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Variabel Tipe Perilaku <i>Impulse Buying</i>	74
Tabel 4.14	Rekapitulasi Hasil <i>Path Analysis</i> Pengaruh <i>Store Environment, Time Pressure</i> dan <i>Perceived Crowding</i> Terhadap Dimensi Emosi	78
Tabel 4.15	Rekapitulasi Hasil <i>Path Analysis</i> Pengaruh <i>Store Environment, Time Pressure, Perceived Crowding,</i> Dimensi Emosi Terhadap Tipe Perilaku <i>Impulse</i>	

	<i>Buying</i>	80
Tabel 4.16	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Antar Variabel	83

