

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Promosi Penjualan	14
2. Belanja Hedonis	17
3. <i>Visual Merchandising</i>	21
3. <i>Impulse Buying</i>	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Pengaruh Antar Variabel.....	30
1. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap <i>Impulse Buying</i>	30
2. Pengaruh Belanja Hedonis terhadap <i>Impulse Buying</i>	32
3. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	33
D. Kerangka Penelitian	34
E. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	37
1. Objek Penelitian	37
2. Waktu Penelitian	37
C. Populasi.....	38
D. Sampel dan Teknik Sampling	38
1. Sampel	38
2. Teknik Sampling	39
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	40
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Defenisi Operasional Variabel	40
2. Skala Pengukuran Variabel	43
G. Jenis Data Penelitian	45
H. Prosedur Pengambilan Data	45
I. Uji Instrumen	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	47
J. Teknik Analisis Data.....	49
a. Analisis Deskriptif	49
b. Analisis Kuantitatif	49
1. Regresi Linear Berganda.....	49
3. Uji Hipotesis.....	50
a. Uji Statistik F (Serentak).....	50
b. Uji t.....	51
c. Koefisien determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Deskripsi Hasil Penelitian	53
1. Analisis Karakteristik Responden	53
2. Analisis Deskripsi Variabel.....	56
B. Hasil Analisis Kuantitatif	63
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63

2. Hasil Uji Hipotesis	67
C. Pembahasan	69
BAB V.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79