

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB IPENDAHULUAN	1
1. 1.Latar Belakang.....	1
1. 2.Rumusan Masalah.....	8
1. 3.Tujuan Penelitian	9
1. 4.Manfaat Penelitian	10
BAB IKAJIAN PUSTAKA.....	11
2. 1.Definisi Variabel.....	11
2.1.1. Definisi <i>Display</i> Produk.....	11
2.1.2. Definisi Suasana Toko.....	13
2.1.3. Definisi <i>Merchandising</i>	15

2.1.4. Definisi <i>Impulse Buying</i>	18
2. 2. Hubungan antar Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	20
2.2.2. Pengembangan Hipotesis	22
2. 3. Model Empirik.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Teknik Sampling.	26
3.3. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4. Variabel penelitian, Definisi Operasional dan Indikator	29
3.4.1 Variabel Penelitian.....	29
3.4.2. Definisi Operasional dan indikator	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6. Analisis Validitas dan Analisis Reliabilitas	32
3.6.1. Uji Validitas	32
3.6.2. Uji Reliabilitas	32
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.1. Uji Multikolinieritas	33
3.7.2. Uji Heteroskedastisitas	33
3.7.3. Uji Normalitas.....	34
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda	34

3.9. Uji F	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Identitas Responden	36
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	36
4.1.2 Berdasarkan Usia Responden	36
4.2 Diskripsi Data	37
4.2.1 Variabel <i>Impulse buying</i>	38
4.2.2 Variabel Display produk	39
4.2.3 Variabel Suasana toko	40
4.2.4 Variabel Merchandising	41
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.4 Pengujian Asumsi Klasik	44
4.4.1 Pengujian Normalitas Data	44
4.4.2 Pengujian Multikolinearitas	45
4.4.3 Pengujian Heterokedastisitas	46
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.6 Pengujian Hipotesis	49
4.7 Analisis Koefisien Determinasi	53
4.8 Pembahasan	54
4.8.1 Pengaruh antara display produk terhadap <i>Impulse buying</i> ...	54
4.8.2 Pengaruh antara Suasana toko terhadap <i>Impulse buying</i>	55

4.8.3 Pengaruh Merchandising terhadap <i>Impulse buying</i>	56
BAB VPENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.4 Agenda Yang Akan Datang	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	25
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet Per-bulan selama 2017	5
Tabel 3.1 Defini Operasional dan Indikator.....	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap <i>Impulse Buying</i>	38
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Display Produk.....	39
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Suasana Toko	40
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Merchandising.....	41
Tabel 4.7 Uji Validitas	43
Tabel 4.8 Uji Relibilitas Indikator Variabel.....	44
Tabel 4.9 Kolmogorof Smirnov test.....	45
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Pengolahan Data Regresi linier berganda.....	48
Tabel 4.13 Hasil Pengolahan Uji t	50
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	53