

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Ritel.....	17

2.1.2	Pembelian Impulsif	22
2.1.3	<i>Display</i> Produk.....	25
2.1.4	Promosi Penjualan	31
2.1.5	Suasana Toko	32
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	34
2.2.1	Pengaruh <i>Display</i> Produk Terhadap Pembelian Impulsif	34
2.2.2	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif	35
2.2.3	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif	38
2.3	Penelitian Terdahulu	41
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	46
3.1.1	Variabel Penelitian.....	46
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2	Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1	Populasi.....	48
3.2.2	Sampel.....	48
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.3.1	Jenis Data	50
3.3.2	Sumber Data.....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5	Metode Analisis Data	53
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	54

3.5.1.1	Uji Validitas.....	54
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	55
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.5.2.1	Uji Multikolinearitas.....	55
3.5.2.2	Uji Normalitas	56
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	56
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.5.4	Uji Kelayakan Model.....	58
3.5.4.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	58
3.5.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	59
3.5.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	61
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	63
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia...	64
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	66
4.2.4	Kategori Produk yang Sering Dibeli Konsumen Stroberi.....	67
4.2.5	Hari Libur yang Dimanfaatkan Konsumen Untuk Berbelanja di Stroberi	67
4.3	Analisis Data.....	68

4.3.1	Uji Validitas	68
4.3.2	Uji Reliabilitas	70
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.1	Uji Multikolinearitas	71
4.4.2	Uji Normalitas.....	72
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	76
4.6	Uji Kelayakan Model.....	78
4.6.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.6.2	Uji ANOVA	79
4.6.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	80
4.7	Pembahasan	82
4.7.1	Pengaruh <i>Display</i> Produk Terhadap Pembelian Impulsif	82
4.7.2	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif	83
4.7.3	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif	84
BAB V	PENUTUP.....	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Keterbatasan Penelitian	87
5.3	Saran... ..	88
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	89
	DAFTAR PUSTAKA.....	90

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 94