

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan.....	9
1.4. Manfaat.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Impulse Buying.....	11
2.1.2. Store atmosphere .....	14
2.1.3. Visual Merchandise .....	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	22
2.3.2. Hubungan <i>Visual Merchandise</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	23
2.4. Kerangka Konseptual .....	23
2.5. Hipotesis .....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Rancangan Penelitian .....	26
3.2. Subyek dan Obyek Penelitian.....	27
3.2.1. Subyek Penelitian.....	27
3.2.2. Obyek Penelitian .....	27
3.3. Variabel, Definisi Operasional, dan Kisi-Kisi Instrumen.....	27
3.3.1. Variabel .....	27
3.3.2. Definisi Operasional.....	28
3.3.3. Kisi-Kisi Instrumen .....	31
3.4. Skala Pengukuran .....	33
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	33
3.5.1. Populasi .....	33
3.5.2. Sampel.....	34
3.5.3. Teknik Sampling .....	35
3.6. Jenis dan Sumber Data .....	35
3.7. Metode Pengumpulan Data .....	36
3.8. Uji Instrumen.....	37
3.8.1. Uji Validitas .....	37
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	38
3.9. Teknik Analisis Data .....	40
3.9.1. Analisis Deskriptif .....	40
3.9.2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.9.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.9.4. Pengujian Hipotesis.....	44
3.9.4.1. Uji Parsial (Uji-t) .....	44
3.9.4.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	45
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	45

4.2.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	48
4.3.	Pengujian Model Dan Hipotesis.....	52
4.3.1.	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.3.1.1.	Uji Normalitas.....	52
4.3.1.2.	Uji Multikolinearitas.....	53
4.3.1.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.3.1.4.	Uji Autokorelasi.....	55
4.3.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.3.3.	Uji Hipotesis.....	58
4.3.3.1.	Uji Parsial (Uji-t).....	58
4.3.3.2.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.4.	Pembahasan.....	60
4.4.1.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	60
4.4.2.	Pengaruh <i>Visual Merchandise</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		64
5.1.	Kesimpulan.....	64
5.2.	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		70