

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Visual Merchandising	9
2.2.2 Kelengkapan produk	11
2.2.3 Impulse buying.....	12
2.3 Hubungan antara variabel.....	13
2.4 Kerangka Konseptual	16
2.5 Hipotesis	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Unit analisis Dan Obyek Penelitian.....	19
3.3 Variabel dan Definisi Operasional	19
3.4 Skala Pengukuran.....	23
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling	24

3.6 Jenis Dan Sumber Data (Jenis Data, Sumber Data, Dan Teknik Pengumpulan Data).....	25
3.7 Uji Instrumen	27
3.8 Analisis Data	30
3.8.1 Analisa Deskriptif	30
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.8.4 Uji hipotesis	34
3.9 Uji Koefisien Determinasi disesuaikan (R^2)	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	36
4.2. Pembahasan.....	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN