

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	16
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	16
1.2.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	18
1.3.1 Maksud Penelitian.....	18
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian	19
1.4.1 Kegunaan Praktis	19
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	19
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	20
1.5.2 Waktu Penelitian	20
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKAN PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 <i>Visual Merchandising</i>	15
2.1.2 Sensitivitas Harga.....	20
2.1.3 Kesenangan Berbelanja.....	24
2.1.4 Perilaku Pembelian Impulsif	27
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	32

2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3.1 Keterkaitan Kesenangan Berbelanja terhadap Perilaku Pembelian Impulsif ...	37
2.3.2 Keterkaitan Visual Merchandising terhadap Kesenangan Berbelanja.....	38
2.3.3 Keterkaitan Sensitivitas Harga terhadap Kesenangan Berbelanja.....	38
2.3.4 Keterkaitan <i>Visual Merchandising</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	39
2.3.5 Keterkaitan Sensitivitas Harga Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	40
2.3.6 Keterkaitan <i>Visual Merchandising</i> dengan Perilaku Pembelian Impulsif melalui Kesenangan Berbelanja.....	41
2.3.7 Keterkaitan Sensitivitas Harga dengan Perilaku Pembelian Impulsif melalui Kesenangan Berbelanja.....	41
2.4 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III	44
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Objek Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.2.1 Desain Penelitian.....	45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	45
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.3 Metode Analisis Data	54
3.3.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.3.2 Analisis Verifikatif	56
3.4 Pengujian Hipotesis.....	62
BAB IV	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	66
4.1.2 Logo Perusahaan	67
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	68
4.2 Karakteristik Responden	72
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	77
4.3 Analisis Deskriptif	79
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Visual Merchandising</i> (X_1).....	80
4.3.2 Analisis Deskriptif Sensitivitas Harga (X_2).....	92
4.3.2 Analisis Deskriptif Kesenangan Berbelanja.....	100
4.3.4 Analisis Deskriptif Perilaku Pembelian Impulsif	113
4.4 Analisis Verifikatif	121
4.4.1 Skema Model Partial Least Square	121
4.4.2 Evaluasi Outer Model	123
4.4.3 Evaluasi <i>Inner Model</i>	128
BAB V	154
KESIMPULAN DAN SARAN.....	154
5.1 Kesimpulan	154
5.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA.....	163
LAMPIRAN.....	175