

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Praktis	12
1.4.2 Kegunaan Akademis	12
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Waktu Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 <i>Discount</i>	14
2.1.2 <i>In-Store Display</i>	17
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	21
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.3.1 Hubungan <i>Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	31
2.3.2 Hubungan <i>In-Store Display</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	32

2.3.3 Hubungan <i>Discount</i> dan <i>In-Store Display</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .	32
BAB III	35
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	35
3.1Objek Penelitian	35
3.2Metode Penelitian.....	36
3.2.1Desain Penelitian	37
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	41
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	43
3.2.4 Teknik Pengumpulan data	46
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	55
1. Uji t (Uji Parsial)	62
2. Uji F (Uji Simultan).....	64
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan	67
4.1.2 Struktur Organisasi	69
4.1.3 Job Description	70
4.2 Karakteristik Responden	73
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
4.3 Analisis Deskriptif	76
4.3.1 Analisis Deskriptif Orientasi Discount	77
4.3.2 Analisis Deskriptif Orientasi Instore Display	84
4.3.3 Analisis Deskriptif Orientasi <i>Impulse Buying</i>	93
4.4 Analisis Verifikatif	106
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	106
4.5 Uji Asumsi Klasik	110
4.6 Analisis Koefisien Korelasi.....	116
4.6.1 Analisis Koefisien Korelasi Parsial	116
4.6.2 Analisis Koefisien Korelasi Simutan.....	119

4.7 Analisis Koefisien Determinasi	120
4.7.1 Analisis Koefisien Determinasi Parsial	121
4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi Simultan.....	122
4.8 Pengujian Hipotesis	124
4.8.1 Pengujian Secara Parsial	124
4.8.2 Pengujian Secara Simultan	128
4.9 Pembahasan	131
4.9.1 Pengaruh Discount Terhadap Impulse Buying	131
4.9.2 Pengaruh antara In-Store Display terhadap Impulse Buying.....	132
4.9.3 Pengaruh Antara Discount, In-Store Display Terhadap Impulse Buying	132
BAB V.....	134
KESIMPULAN DAN SARAN.....	134
5.1 Kesimpulan.....	134
Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	150