DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR LAMPIRAN xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakangMasalah 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 5

1.2.1 Identifikasi Masalah 5

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 7

1.3.1 Maksud Penelitian 7

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Penelitian 8

1.5 LokasidanWaktu Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....11

2.1.*1Display* 11

2.1.1.1 Pengertian Penataan (*Display)*.....11

2.1.1.2 Macam-Macam*Display*.....12

2.1.2Discount 15

2.1.2.1 Pengertian *Discount* 15

2.1.2.2 Jenis-Jenis *Discount* (Potongan Harga) 16

2.1.2.3 Pengukuran *Discount* 19

2.1.3Pembelian Impulsif 19

2.1.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif 19

2.1.3.2 Tipe Pembelian Impulsif.....21

2.1.3.3 Perspektif Dalam Pembelian Impulsif 22

2.1.3.4 Penyebab Terjadinya Impulsif 22

2.1.3.5 Pengukuran Pembelian Impulsif 23

2.1.4PenelitianTerdahulu 23

2.2 KerangkaPemikiran.....28

2.2.1 Keterkaitan antara*Display* Toko dengan Pembelian Impulsif....31

2.2.2KeterkaitanantaraDiscount dengan Pembelian Impulsif.....32

2.3 Hipotesis.....32

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 ObjekPenelitian 33

3.2 MetodePenelitian.....34

3.2.1 DesainPenelitian.....35
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....38
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....41
3.2.3.1 Sumber Data.....41
3.2.3.2 TeknikPenentuan Data.....42
3.2.3.2.1 Populasi.....42
3.2.3.2.2 Sampel.....43
3.2.4 TeknikPengumpulan Data.....44
3.2.4.1 UjiValiditas.....45
3.2.4.2 UjiReliabilitas.....48
3.2.5 RancanganAnalisisdanPerancanganHipotesis.....51
3.2.5.1 RancanganAnalisis.....51
3.2.5.1.1 Analisis Deskriftif/Kualitatif.....51
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....53
3.2.5.2 PengujianHipotesis.....57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....60
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....60
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....65
4.1.3 Deskripsi Jabatan.....66
4.2 Karakteristik Responden.....69
4.2.1 Analisis Deskriptif Hasil Tanggapan Responden.....75

4.2.1.1 Analisis Deskriptif *Store Display* di Toserba Selamat Cianjur.....75

4.2.1.2 Analisis Deskriptif *Discount* di Toserba Selamat Cianjur.....87

4.2.1.3 Analisis Deskriptif Pembelian Impulsif Konsumen Di Toserba Selamat Cianjur.....93

4.2.2 Analisis Verifikatif 120

4.2.2.1 Hasil Estimasi Model Regressi 120

4.2.2.2 Pengaruh *Store Display* Terhadap Pembelian Impulsif.....125

4.2.2.3 Pengaruh *Discount* Terhadap Pembelian Impulsif 128

4.2.2.4 Pengaruh *Store Display* dan *Discount* Terhadap Pembelian Impulsif.....131

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....135

5.2 Saran.....136

DAFTAR PUSTAKA.....139

KUESIONER

LAMPIRAN-LAMPIRAN LAIN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP