DAFTAR ISI

LEMBARPENGESAHAN..... i

SURAT PERNYATAAN……..…….……. ii

MOTTO…….....…. iii

ABSTRAK……..... iv

***ABSTRACT*……..... v**

KATA PENGANTAR……..... vi

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR GAMBAR..... xiii

DAFTAR TABEL..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 9

1.2.1. Identifikasi Masalah..... 9

1.2.2. Rumusan Masalah..... 10

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... 11

1.3.1. Maksud Penelitian..... 11

1.3.2. Tujuan Penelitian..... 11

1.4. Kegunaan Penelitian..... 11

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 KajianPustaka..... 15

2.1.1 *Display*..... 15

2.1.1.1 PengertianPenataan (*Display*)..... 15

2.1.1.2 Macam-Macam*Display*..... 16

2.1.2Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan *(hedonic)*..... 19

2.1.2.1 PengertianMotivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan *(hedonic)*..... 19

2.1.2.2 Pengertian Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan *(hedonic)*..... 21

2.1.3Pembelian Impulsif……...……..…..…… 24

2.1.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif…….…....……... 24

2.1.3.2 Tipe Pembelian Impulsif……...…… 25

2.1.3.3 Perspektif Dalam Pembelian Impulsif…….……...…. 26

2.1.3.4 Penyebab Terjadinya Impulsif……..…… 27

2.1.3.5 Pengukuran Pembelian Impulsif..... 27

2.1.4 Hasil Penelitian Sebelumnya..... 28

2.2 Kerangka Pemikiran……..…..… 31

2.2.1 Keterkaitan antara *Display* Toko dengan Pembelian Impulsif..... 37

2.2.2 Keterkaitanantara Motivasi Pembelian Berdasarkan Kesenangan Dengan Pembelian Impulsif.....38

2.2.3 Keterkaitan antara *Display* Toko dan Motivasi Pembelian Berdasarkan Kesenangan dengan Pembelian Impulsif..... 38

2.3 Hipotesis…….....…… 39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian……..……. 46

3.2 Metode Penelitian……... 47

3.2.1 Desain Penelitian……... 48

3.2.2 Operasionalisasi Variabel…….....……...…. 50

3.2.3 Sumberdan Teknik Penentuan Data……...……. 54

3.2.3.1 Sumber Data…….…..... 54

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data…….....…… 54

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data…… 56

3.2.4.1 Uji Validitas……..…… 57

3.2.4.2 Uji Reliabilitas..... 60

3.2.5 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis..... 63

3.2.5.1 Rancangan Analisis..... 63

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis..... 69

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan..... 73

4.1.1 Sejarah Perusahaan..... 73

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahan..... 75

4.1.3 Uraian Tugas..... 76

4.1.4 Aktifitas Perusahaan..... 81

4.2 Karakteristik Responden..... 81

4.3 Analisis Deskriptif..... 85

4.3.1 Tanggapan Responden Atas Penataan Toko (*Display* Toko*)* Ouval Research Bandung..... 85

4.3.2 Tanggapan Responden Atas Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan (*Hedonic*) Pada Konsumen Ouval Research Bandung..... 99

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Tidak Terencana (*Impulsive*).....123
4.4 Analisis Verifikatif
4.4.1 Pengaruh *Display* Toko dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan *(Hedonic)* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Ouval Research Bandung..... 133

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 150
5.2 Saran..... 152

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT