DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ……i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN..…… ii
MOTTO……...iii
ABSTRAK iv
ABSTRAC……... v
KATA PENGANTAR ……vi
DAFTAR ISI.. ……..viii
DAFTAR TABEL. ……..…xi
DAFTAR GAMBAR… …….xv
DAFTAR LAMPIRAN……xvi
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah 8
1.2.1 Identifikasi Masalah 8
1.2.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian 9
1.3.1 Maksud Penelitian 9
1.3.2 Tujuan Penelitian 10
1.4 Kegunaan Penelitian.....10
1.4.1 Kegunaan Praktis 10
1.4.2 Kegunaan Akademis 11
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....11
1.5.2 Waktu Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka.....13
2.1.1 *Display* 13
2.1.1.1 Pengertian *Display* 13
2.1.1.2 Indikator *Display*.....14
2.1.2 *Fashion Infolvment*.....17
2.1.2.1 Pengertian *Fashion Infolvement*.....17
2.1.2.2 Indikator *Fashion Infolvement* 18
2.1.2.3 Keputusan Pembelian *Fashion Involvment*....19
2.1.2.4 Karakteristik *Fashion Involvment* 19

2.1.3 *Impulse Buying* 20
2.1.3.1 Pengertian *Impulse Buying* 20
2.1.3.2 Tipe Pembelian *Impulse* 21
2.1.3.3 Perspektif Pembelian *Impulse* 22
2.1.3.4 Penyebab Terjadinya *Impulse* 23
2.1.3.5 Karakteristik Terjadinya *Impulse* 23
2.1.3.6 Indikator Pembelian *Impulse* 24
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 26
2.2 Kerangka Pemikiran 29
2.2.1 Keterkaitan *Display* dengan *Impulse Buying* 30
2.2.2 Keterkaitan *Fashion Involvement* dengan *Impulse Buying* 31
2.2.3 Keterkaitan *Display* dan *Fashion Involvement* dengan *Impulse Buying* 31
2.3 Hipotesis 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 34
3.2 Metode Penelitian 35
3.2.1 Desain Penelitian 36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 40
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 44
3.2.3.1 Sumber Data 44
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 47
3.2.4.1 Uji MSI 49
3.2.4.2 Uji Validitas 51
3.2.4.3 Uji Reliabilitas 54
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 57
3.2.5.1 Rancangan Analisis 57
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 57
3.2.5.1.2 Analisis Verifikastif 59
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 66
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 66
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 67
4.2 Karakteristik Responden 68
4.3 Analisis Deskriptif 73
4.3.1 Analisis Deskriptif *Display* 74
4.3.2 Analisis Deskriptif *Fashion Involvement* 87

4.3.3 Analisis Deskriptif *Impulse Buying* 99
4.4 Analisis Verifikatif.....108
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda 109
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi 111
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....113
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....117
4.4.4.1 Pengujian Secara Simultan.....118
4.4.4.2 Pengujian Secara Parsial 121
4.4.4.2.1 Pengujian Hipotesis Parsial *Display* Terhadap *Impulse Buying*.....121
4.4.4.2.2 Pengujian Hipotesis Parsial *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying*.....124
4.4.4.3 Analisis Pengaruh *Display* Terhadap *Impulse Buying* 126
4.4.4.4 Analisis Pengaruh *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying*.....127
4.4.4.5 Analisis Pengaruh *Display* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* 127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 129
5.2 Saran.....131
DAFTAR PUSTAKA