DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN SENDIRI ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

ABSTRAK ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 11
D. Manfaat Penelitian 12
1. Kontribusi Teoritis 12
2. Kontibusi Praktis 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Manajemen Pemasaran 14
1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 14
1.2 Konsep Pemasaran 15
1.3 Fungsi Pemasaran 16

http://digilib.mercubuana.ac.id/

1.4 Prinsip-Prinsip Pemasaran 18
1.5 Bauran Pemasaran.....19
1.6 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....19
B. *Visual Merchandising* 20
1.1 Dimensi dan indikator *Visual Merchandising*.....24
C. Promosi Penjualan.....24
1.1.Dimensi dan Indikator Promosi Penjualan.....27
D. Emosi positif konsumen.....27
1.1. Dimensi dan Indikator Emosi positif konsumen.....29
E. *Impluse Buying*.....30
1.1 Dimensi dan Indikator *Impluse Buying*.....33
F. Penelitian Terdahulu 34
G. Hubungan Antar Variabel 41
1. *Visual Merchandising* Terhadap *Impulse Buying* 41
2. Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying*.....42
3. Emosi positif konsumen Terhadap *Impulse Buying*.....44
4. *Visual Merchandising* Terhadap Emosi positif konsumen 45
H. Kerangka Pemikiran.....46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian 46
B. Desain Penelitian.....46
C. Definisi dan Operasioanalisasi Variabel 47
1. Devisi Variabel.....47
a. Variabel Bebas 47
b. Variabel Terikat 50
2. Operasional Variabel Penelitian.....51
D. Populasi dan sampel Penelitian.....54

http://digilib.mercubuana.ac.id/

1. Populasi Penelitian 54
2. Sampel Penelitian 55
E. Teknik Pengumpulan Data 56
1. Teknik Survei 56
2. Observasi 58
3. Studi Pustaka 58
F. Metode Analisi Data 58
1. Statistik *Deskriptif* 58
2. Uji Kualitas Data 59
a. Uji Validitas 59
b. Uji Reliabilitas 61
G. Analisis Regresi Linier Berganda 62
1. Uji Asumsi Klasik 62
a. Uji Normalitas 63
b. Uji Multikolinieritas 63
c. Uji Heteroskedastisitas 64
2. Koefisien Determinasi 64
3. Uji Ketepatan Model (Uji F) 65
4. Uji Hipotesis (Uji Statistik T) 66

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan 67
B. Karakteristik Profil Responden 68
a. Data Responden Bedasarkan Usia 69
b. Data Responden Bedasarkan Jenis Kelamin 70
c. Data Responden Bedasarkan Pendidikan Terakhir 71
d. Data Responden Bedasarkan Pekerjaan 72
e. Data Responden Bedasarkan Lama Bekerja 73
f. Data Responden Bedasarkan Kepemilikan KTP....74

http://digilib.mercubuana.ac.id/

g. Data Responden Bedasarkan Tempat Tinggal Di Jabodetabek 75
C. Statistik Deskriptif 76
a. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Visual Merchandising*.....76
b. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Promosi Penjualan.....78
c. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Emosi positif Konsumen 79
d. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel *Impulse Buying*.....81
D. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 82
a. Hasil Uji Validitas.....82
b. Hasil Uji Reabilitas 86
E. Analisis Regresi Linier Berganda 87
F. Hasil Uji Asumsi Klasik.....88
a. Uji Normalitas.....88
b. Uji MultiKolinieritas.....89
c. Uji Heteroskedastisitas.....90
G. Uji Koefisien Determinasi R^2.....91
H. Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F).....92
I. Uji Hipotesis (Uji Statistik t).....93
J. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 99
B. Saran.....100

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA **102**

LAMPIRAN **105**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/