

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	1
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka.....	
1. Impulse Buying.....	12
a. Pengertian Impulse Buying.....	12
b. Dimensi Impulse Buying.....	12
2. Price Discount.....	13
a. Pengertian Price Discount.....	14
b. Tujuan Price Discount.....	14
c. Bentuk – Bentuk Price Discount.....	14

d. Indikator Price Discount.....	15
3. Bonus Pack.....	17
a. Pengertian Bonus Pack.....	18
b. Manfaat Strategi Bonus Pack.....	17
c. Indikator Bonus Pack.....	18
4. Display Produk.....	18
a. Pengertian Display Produk.....	19
b. Jenis – Jenis Display Produk.....	19
c. Indikator Display Produk.....	20
5. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Rerangka Pemikiran.....	23
C. Pengembangan Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	
B. Desain Penelitian.....	32
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	32
1. Definisi Variabel.....	32
2. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Pengukuran Variabel.....	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
1. Populasi Penelitian.....	35
2. Sampel Penelitian.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Metode Analisis Data.....	37
1. Statistik Deskriptif.....	37
2. Uji Kualitas Data.....	38
a. Uji Validitas.....	38
b. Uji Reliabilitas.....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Kolmogorov Smirrow.....	40

c. Uji Multikolonieritas.....	42
d. Uji Heteroskedastisitas.....	42
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	44
5. Uji Linearitas.....	45
6. Uji Kesesuaian Model.....	45
a. Uji Determinasi.....	46
b. Signifikansi Simultan.....	46
7. Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambar Umum Objek Penelitian	
1. Tempat dan waktu Penelitian	50
2. Karakteristik Profil Responden	52
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	55
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	55
C. Hasil Uji Kualitas Data	56
1. Hasil Uji Validitas	59
2. Hasil Uji Reliabilitas	59
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	61
1. Hasil Uji Linearitas.....	62
2. Hasil Uji Normalitas	62
3. Hasil Uji Multikolinearitas	64
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
E. Hasil Uji kesesuaian Model	67
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)	69
2. Hasil Uji F(Anova)	69
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
G. Hasil Uji Hipotesis	73
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74

1. Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying.....	76
2. Pengaruh Bonus Pack Terhadap Impulse Buying.....	76
3. Pengaruh Display Produk Terhadap Impulse Buying.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	77
A. Simpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

