

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 <i>Visual Merchandising</i>	16
2.2.2 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.2.3 <i>Availability of Money</i>	21
2.2.4 <i>Promotional Activity</i>	23
2.2.5 <i>Impulse Buying</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu :	29
2.3 Model Penelitian	32
2.4 Kerangka Pemikiran.....	33
2.5 Pengembangan Hipotesis	35
2.5.1 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35
2.5.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35

2.5.3 Pengaruh <i>Availability of Money</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	36
2.5.4 Pengaruh <i>Promotional Activity</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	37
2.5.5 Pengaruh <i>Visual Merchandising, Store Atmosphere, Availability of Money</i> dan <i>Promotional Activity</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> ...	37
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.4 Data Penelitian.....	41
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.3 Instrumen Penelitian.....	42
3.4.4 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Analisis Data.....	46
3.5.1 Analisis Deskriptif	46
3.5.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.4 Uji Hipotesis.....	49
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2 Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	57
4.2.1 Variabel <i>Visual Merchandising</i>	58
4.2.2 Variabel <i>Store Atmosphere</i>	60
4.2.3 Variabel <i>Availability of Money</i>	61

4.2.4 Variabel <i>Promotional Activity</i>	62
4.2.5 Variabel <i>Impulse Buying</i>	63
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	65
4.3.1 Hasil Uji Validitas	65
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.1 Uji Normalitas	68
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	70
4.5 Hasil Uji Hipotesis	71
4.5.1 Hasil Uji t.....	71
4.5.2 Hasil Uji f	73
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	74
4.5.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.6 Pembahasan	77
4.6.1 <i>Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Behavior Intention KKV Pakuwon Mall Surabaya</i>	77
4.6.2 <i>Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Behavior Intention KKV Pakuwon Mall Surabaya</i>	81
4.6.3 <i>Availability of Money Terhadap Impulse Buying Behavior Intention KKV Pakuwon Mall Surabaya</i>	85
4.6.4 <i>Promotional Activity Terhadap Impulse Buying Behavior Intention KKV Pakuwon Mall Surabaya</i>	87
4.6.5 <i>Visual Merchandising, Store Atmosphere, Availability of Money dan Promotional Activity Terhadap Impulse Buying Behavior Intention KKV Pakuwon Mall Surabaya</i>	91
BAB 5 PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Bagi KKV Pakuwon Mall Surabaya.....	96
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian	103

Lampiran 2 : Data Responden	113
Lampiran 3 : Tabulasi Data Penelitian	122
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas	131
Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	139
Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas	140
Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolinearitas	141
Lampiran 8 : Hasil Uji T dan Uji Refresi Linear Berganda	142
Lampiran 9 : Hasil Uji F.....	142
Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	143
Lampiran 11 : Hasil Uji Heterokedastisitas (memakai uji glejser)	143

