

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II.....	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Perilaku Konsumen	20
2.1.2 Pemasaran Ritel Strategik	22
2.1.3 Impulse Buying	25
2.1.4 Price Discount	27
2.1.5 Store Atmosphere.....	29
2.1.6 Service Quality.....	30
2.2 Pengaruh Antar Variabel	32
2.2.1 Pengaruh Price Discount dengan Impulse Buying.....	32

2.2.2	Pengaruh Store Atmosphere dengan Impulse Buying Behavior.....	33
2.2.3	Pengaruh Service Quality dengan Impulse Buying Behavior.....	34
2.3	Penelitian Terdahulu.....	35
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.5	Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III	42
3.1	Variabel penelitian dan Definisi Operasional.....	42
3.1.1	Variabel Penelitian.....	42
3.2	Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.5.1.1	Uji Validitas.....	50
3.5.1.2	Uji Realibilitas.....	50
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.2.1	Uji Normalitas.....	51
3.5.2.2	Uji Multikolinieritas.....	52
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.4	Uji Kelayakan Model.....	54
3.5.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.5.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	55
3.5.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	55
BAB IV	57
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	58
4.1.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	59

4.1.2.3	Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Bulanan	60
4.1.2.4	Responden Berdasarkan Pendidikan	61
4.1.2.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2	Analisis Data	63
4.2.1	Uji Instrumen Penelitian	63
4.2.1.1	Uji Validitas	63
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	65
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	66
4.2.2.1	Uji Normalitas	66
4.2.2.2	Uji Multikolinieritas	68
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas	70
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	72
4.2.4	Uji Kelayakan Model	73
4.2.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.2.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)	75
4.2.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	76
4.3	Interpretasi Hasil Output dan Pembahasan	78
4.3.1	Pengaruh Antara <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	78
4.3.2	Pengaruh Antara <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	80
4.3.3	Pengaruh Antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	82
BAB V	84
5.1	Kesimpulan	84
5.1.1	Kesimpulan Masalah Penelitian	84
5.2	Implikasi Teoritis	85
5.3	Implikasi Manajerial	87
5.4	Keterbatasan Penelitian	88
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN A	93
LAMPIRAN B	99
LAMPIRAN C	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Kinerja Matahari Department Store.....	9
Tabel 1.2	Research Gap.....	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 2.2	Price Discount	39
Tabel 2.3	Store Atmosphere	40
Tabel 2.4	Service Quality.....	40
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	43
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.2	Usia Responden.....	59
Tabel 4.3	Rata-rata Pengeluaran Bulanan Responden.....	61
Tabel 4.4	Pendidikan Responden.....	62
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden.....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov).....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	72
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 4.13	Hasi Uji Statistik F.....	75
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik t.....	77
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis.....	86
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Omzet Ritel Modern Nasiona.....	3
Gambar 1.2	Jumlah Toko Matahari Department Store.....	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas (Profitability Plot).....	67
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot).....	71

