DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT **..... iv**

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 11

1.3 Pembatasan Masalah 11

1.4 Rumusan Masalah 11

1.5 Tujuan Penelitian 12

1.6 Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA 14

2.1 Kerangka Teoritis 14

2.1.1. Pembelian Tidak Terencana 14

2.1.1.1. Pengertian Pembelian Tidak Terencana 14

2.1.1.2. Aspek-aspek Pembelian Tidak Terencana 15

2.1.1.3. Tipe-tipe Pembelian Tidak Terencana 16

2.1.1.4. Faktor-faktor Mempengaruhi Pembelian Tidak Terencana . 17
2.1.1.5. Indikator Pembelian Tidak Terencana 18
2.1.2.Potongan Harga 20
2.1.2.1. Pengertian Potongan Harga 20
2.1.2.2. Tujuan Potongan Harga 21
2.1.2.3. Tipe-tipe Potongan Harga 22
2.1.2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Potongan Harga 23
2.1.2.5. Indikator Potongan Harga 24
2.1.2.6. Manfaat Potongan Harga 26
2.1.3.*Visual Merchandising* 26
2.1.3.1. Pengertian *Visual Merchandising* 26
2.1.3.2. Tujuan *Visual Merchandising* 28
2.1.3.3. Indikator *Visual Merchandising* 28
2.2 Penelitian Relevan 29
2.3 Kerangka Berpikir 31
2.4 Hipotesis 32
BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 34
3.2 Populasi dan Sampel 34
3.2.1.Populasi 34
3.2.2.Sampel 34
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 36
3.3.1.Variabel Penelitian 36

3.3.2.Definisi Operasional 36
3.4 Teknik Pengumpulan Data 38
3.5 Uji Instrumen Penelitian 42
3.5.1.Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 42
3.6 Teknik Analisis Data 44
3.6.1.Uji Asumsi Klasik 44
3.6.2.Analisis Regresi Linear Berganda 46
3.6.3.Uji Hipotesis 47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
4.1. Hasil Penelitian 50
4.1.1.Sejarah Singkat Indomaret 50
4.1.2.Struktur Organisasi Indomaret 51
4.1.3.Visi dan Moto Indomaret 52
4.2. Deskripsi Responden 52
4.2.1.Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
4.2.2.Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 53
4.2.3.Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 53
4.2.4.Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan 54
4.3. Deskriptif Variabel Penelitian 54
4.3.1.Variabel Potongan Harga 54
4.3.2.Variabel *Visual Merchandising* 56
4.3.3.Variabel Pembelian Tidak Terencana 58
4.4. Uji Instrumen Penelitian 60

4.4.1.Uji Validitas 60
4.4.2.Uji Validitas Variabel Potongan Harga (X1) 60
4.4.3.Uji Validitas Variabel *Visual Merchandising* (X2) 61
4.4.4.Uji Validitas Variabel Pembelian Tidak Terencana (Y) 61
4.4.5.Uji Reliabilitas 62
4.5. Teknik Analisis Data 63
4.5.1.Uji Normalitas Data 63
4.5.2.Uji Multikolinearitas Data 65
4.5.3.Uji Heterokedastisitas 66
4.6. Analisis Regresi Linear Berganda 67
4.7. Uji Hipotesis 69
4.7.1.Uji F (Simultan) 69
4.7.2.Uji t (Parsial) 70
4.7.3.Uji Koefisien Determinasi (Uji R2) 71
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian 73
4.8.1.Pengaruh Potongan Harga terhadap Pembelian Tidak Terencana pada Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan No.11 Kota Galang 73
4.8.2.Pengaruh *Visual Merchandising* terhadap Pembelian Tidak Terencana pada Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan No.11 Kota Galang 74

4.8.3.Pengaruh Potongan Harga dan *Visual Merchandising* terhadap Pembelian Tidak Terencana pada Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan No.11 Kota Galang 76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 77

5.1. Kesimpulan 77

5.2. Saran 78

DAFTAR PUSTAKA 80

LAMPIRAN 82

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY