

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis.....	11
2.1.1 <i>Impulsive Buying</i>	11
2.1.1.1 Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	11
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	13

2.1.1.3	Tipe-tipe <i>Impulsive Buying</i>	14
2.1.1.4	Karakteristik <i>Impulsive Buying</i>	16
2.1.1.5	Pengukuran <i>Impulsive Buying</i>	16
2.1.1.6	Indikator <i>Impulsive Buying</i>	17
2.1.2	Promosi	18
2.1.2.1	Pengertian Promosi	18
2.1.2.2	Bauran Promosi.....	19
2.1.3	Promosi Penjualan.....	20
2.1.3.1	Pengertian Promosi Penjualan	20
2.1.3.2	Teknik-teknik Promosi Penjualan	21
2.1.3.3	Tujuan Promosi Penjualan	23
2.1.3.4	Karakter Promosi Penjualan.....	24
2.1.3.5	Kekuatan dan Kelemahan Promosi Penjualan	24
2.1.3.6	Indikator Promosi Penjualan	25
2.1.4	Belanja Hedonic	26
2.1.4.1	Pengertian Belanja Hedonic	26
2.1.4.2	Dimensi Belanja Hedonic	27
2.1.4.3	Indikator Belanja Hedonic	28
2.2	Penelitian Yang Relevan.....	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
2.4	Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	35
-----	------------------------	----

3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel	35
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	37
3.3.1 Variabel Penelitian.....	37
3.3.2 Defenisi Operasional.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.4.1.1 Uji Validitas	42
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.1.1 Uji Normalitas Data	45
3.5.1.2 Uji Multikolinearitas	46
3.5.1.3 Uji Heterokedastisitas	46
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	47
3.5.3 Uji Hipotesis	48
3.5.3.1 Uji T (Parsial).....	48
3.5.3.2 Uji F (Simultan)	49
3.5.3.3 Koefisien Determinan (R^2)	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Sejarah Singkat Matahari Plaza Medan Fair.....	51

4.1.2	Visi Misi Perusahaan	53
4.1.3	Filosofi Perusahaan.....	54
4.1.4	Tujuan Perusahaan.....	54
4.1.5	Struktur Organisasi	55
4.1.6	Kebijakan Pemasaran.....	58
4.2	Deskripsi Responden.....	59
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.3	Analisis Data Penelitian	61
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Angket	61
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Promosi Penjualan	62
4.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Belanja Hedonic	63
4.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Impulsive Buying</i>	65
4.3.4	Transformasi Data Ordinal Ke Data Interval.....	67
4.3.5	Deskripsi Hasil Penelitian.....	67
4.3.5.1	Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Promosi Penjualan...68	
4.3.5.2	Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Belanja Hedonis	68
4.3.5.3	Deskripsi Hasil Penelitian Variabel <i>Impulsive Buying</i>	69
4.3.6	Uji Normalitas Data.....	70
4.3.7	Uji Asumsi Klasik	71
4.3.7.1	Uji Multikolinearitas	71
4.3.7.2	Uji Heterokedastisitas	74

4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.5 Uji Hipotesis	75
4.5.1 Uji F (Simultan).....	75
4.5.2 Uji t (Parsial)	76
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi.....	77
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	77

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

