

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis .....	12
2.1.1 <i>Fashion Involvement</i> .....	12
2.1.1.1 Definisi <i>Fashion Involvement</i> .....	12
2.1.1.2 Karakteristik <i>Fashion Involvement</i> .....	13
2.1.1.3 <i>Consumer Involvement</i> .....	13
2.1.1.4 Pengaruh Keterlibatan yang Tinggi .....	14

2.1.1.5	Indikator <i>Fashion Involvement</i> .....	14
2.1.2	<i>Visual Merchandising</i> .....	15
2.1.2.1	Definisi <i>Visual Merchandising</i> .....	15
2.1.2.2	Fungsi <i>Visual Merchandising</i> .....	17
2.1.2.3	Indikator <i>Visual Merchandising</i> .....	18
2.1.3	<i>Impulse Buying</i> .....	19
2.1.3.1	Definisi <i>Impulse Buying</i> .....	19
2.1.3.2	Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	22
2.1.3.3	Tipe <i>Impulse Buying</i> .....	23
2.1.3.4	Faktor-faktor <i>Impulse Buying</i> .....	23
2.1.3.5	Elemen-elemen <i>Impulse Buying</i> .....	24
2.1.3.6	Produk <i>Impulse Buying</i> .....	24
2.2	Penelitian Yang Relevan .....	24
2.3	Kerangka Berpikir .....	28
2.4	Hipotesis .....	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	31
3.2	Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1	Populasi .....	31
3.2.2	Sampel .....	31
3.3	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional .....	33
3.3.1	Variabel Penelitian .....	33
3.3.2	Defenisi Operasional .....	33

3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1	Uji Validitas .....	37
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.6	Tenik Analisis Data .....	38
3.6.1	Uji Asumsi klasik.....	38
3.6.2	Regresi Linier Berganda .....	41
3.6.3	Pengujian Hipotesis.....	41
3.6.3.1	Uji t .....	41
3.6.3.3	Uji F .....	42
3.6.3.3	Uji Koefisien Determinasi.....	43

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Profil Radity Boutique .....	44
4.2	Pembahasan Penelitian .....	45
4.2.1	Identifikasi Responden.....	45
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	46
4.3.1	Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X1).....	46
4.3.2	Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X2).....	48
4.3.3	Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	49
4.4	Analisis Data Penelitian .....	50
4.4.1	Uji Validitas dan Realiabilitas Kuisioner.....	50
4.4.1.1	Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X1).....	50

4.4.1.2	Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X2).....	52
4.4.1.3	Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	53
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.2.1	Uji Normalitas Data .....	54
4.4.2.2	Uji Heterokedastisitas .....	57
4.4.2.3	Uji Multikolinearitas.....	58
4.4.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	59
4.4.4	Uji Hipotesis .....	61
4.4.4.1	Uji Parsial (Uji t).....	61
4.4.4.2	Uji Simultan (Uji F).....	62
4.4.4.3	Uji Koefesien Determinasi $R^2$ .....	63
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
4.5.1	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	64
4.5.2	Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	64
4.5.3	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> dan <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	65

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	64

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**