

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Penjualan Usaha dari tahun 2015 sampai tahun 2017....	5
Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung	5
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	24
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban	36
Tabel 3.2 <i>Layout</i> Angket.....	36
Tabel 4.1 Identifikasi responden berdasarkan usia	45
Tabel 4.2 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden	46
Tabel 4.3 Analisis responden kuesioner variabel <i>fashion involvement</i>	47
Tabel 4.4 Analisis responden kuesioner variabel <i>visual merchandising</i>	48
Tabel 4.5 Analisis responden kuesioner variabel <i>impulse buying</i>	49
Tabel 4.6 Nilai rhitung untuk Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X1).....	51
Tabel 4.7 Reliabilitas angket tentang <i>Fashion Involvement</i> (X1).....	52
Tabel 4.8 Nilai rhitung untuk Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X2)	52
Tabel 4.9 Reabilitas Angket <i>Visual Merchandising</i> (X2).....	53
Tabel 4.10 Nilai rhitung untuk <i>Impulse Buying</i> (Y)	53
Tabel 4.11 Reabilitas Angket <i>Impulse Buying</i> (Y)	54
Tabel 4.12 Uji Kolmogroff Smirnov	55
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.14 Model Summary.....	59
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji t).....	61
Tabel 4.17 Uji Simultan (Uji F)	63



THE
Character Building
UNIVERSITY