

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teoritis	9
2.1.1 Pembelian Impulsif	9
2.1.1.1 Pengertian Pembelian Impulsif	9
2.1.1.2 Tipe-tipe Pembelian Impulsif	10
2.1.1.3 Elemen Pembelian Impulsif	12
2.1.1.4 Karakteristik Pembelian Impulsif	14
2.1.2 Display Produk	17
2.1.2.1 Pengertian Display Produk	17
2.1.2.2 Fungsi Display Produk	18
2.1.2.3 Macam-macam Display Produk	18
2.1.2.4 Ketentuan Display Produk	21
2.1.2.5 Letak Penyajian Display Produk	22
2.1.2.6 Metode Penyajian Display Produk	25
2.1.2.7 Sarana Peralatan Display Produk	26

2.1.2.8 Teknik Display Produk.....	27
2.1.3 Promosi	30
2.1.3.1 Pengertian Promosi	30
2.1.4 Promosi Penjualan	30
2.1.4.1 Pengertian Promosi Penjualan	30
2.1.4.2 Alat-alat Promosi Penjualan.....	32
2.1.4.2.1 Bonus Pack.....	35
2.1.4.2.2 Purchase With Purchase	35
2.1.4.2.3 Price Discount.....	35
2.1.4.3 Tujuan Promosi Penjualan	37
2.2 Penelitian Relevan	40
2.3 Kerangka Berpikir.....	42
2.4 Hipotesis Penelitian	43
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.3.1. Variabel Penelitian.....	45
3.3.2. Defenisi Operasional	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1 Uji Validitas	50
3.4.2 Uji Reliabilitas	51
3.5 Teknik Analisis Data	52

3.5.1 Uji Normalitas	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas	53
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	53
3.5.3 Regresi Linear Berganda	53
3.5.4 Uji Hipotesis	54
3.5.4.2 Uji t (Parsial)	54
3.5.4.3 Uji F (Simultan).....	55
3.5.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Sejarah Singkat Indomaret	57
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	58
4.1.3 Filosofi Perusahaan	60
4.1.4 Tujuan Perusahaan	60
4.1.5 Struktur Perusahaan	61
4.1.6 Kebijakan Pemasaran	64
4.2 Deskripsi Responden	65
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.3 Analisis Data Penelitian	67
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket	67
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Display Produk	68

4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Promosi Penjualan	69
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Pembelian Impulsif	70
4.3.5 Transformasi Data Ordinal Ke Data Interval	71
4.3.6 Deskripsi Hasil Penelitian	71
4.3.6.1 Deskripsi Hasil Penelitian variabel Display Produk	72
4.3.6.2 Deskripsi Hasil Penelitian variabel Promosi Penjualan	72
4.3.6.3 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Pembelian Impulsif	73
4.3.7 Uji Normalitas Data	73
4.3.8 Uji Asumsi Klasik	75
4.3.8.1 Uji Multikolinearitas	75
4.3.8.2 Uji Heterokedastisitas	76
4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.5 Uji Hipotesis	78
4.5.1 Uji F (Simultan)	78
4.5.2 Uji t (Parsial)	79
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi	80
4.6 Pembahasan Penelitian	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP