

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II.....	8
KAJIAN TEORETIK.....	8
A. Deskripsi Konseptual	8
1. Pembelian Impulsif	8
2. <i>Visual Merchandising</i> (Tampilan Visual).....	14
3. Suasana Toko (<i>Store Atmosfer</i>)	22

B.	Hasil Penelitian yang Relevan	28
C.	Kerangka Teoretik.....	37
D.	Perumusan Hipotesis	40
BAB III		41
METODOLOGI PENELITIAN.....		41
A.	Tujuan Penelitian	41
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	41
1.	Tempat Penelitian	41
2.	Waktu Penelitian.....	42
C.	Metode Penelitian.....	42
1.	Metode	42
2.	Konstelasi Hubungan Antar Variabel	43
D.	Populasi dan Sampling.....	44
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
1.	Pembelian Impulsif (Variabel Y).....	45
2.	<i>Visual Merchandising</i> (Variabel X ₁)	50
3.	Atmosfer Toko (Variabel X ₂)	55
F.	Teknik Analisis Data.....	60
1.	Uji Persyaratan Analisis.....	60
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	61

3. Uji Hipotesis	62
4. Analisis Korelasi Ganda	64
5. Perhitungan Koefisien Determinasi	64
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Data	65
1. Data Pembelian Impulsif	65
2. Data <i>Visual Merchandising</i>	68
3. Data Atmosfer Toko	72
B. Pengujian Hipotesis.....	75
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	75
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	79
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	81
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	83
5. Uji Koefisien Determinasi	84
C. Pembahasan.....	87
BAB V.....	91
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Implikasi.....	93
C. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	188

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	32
Tabel II. 2. Persamaan dan Perbandingan Jurnal	33
Tabel III. 1. Kisi-kisi Instrumen Pembelian Impulsif	46
Tabel IV. 9. Statistika Deskriptif Pembelian Impulsif.....	66
Tabel IV. 10. Distribusi Frekuensi Pembelian Impulsif	66
Tabel IV. 11. Rata-rata Hitung Skor Indikator Pembelian Impulsif	68
Tabel IV. 12. Statistika Deskriptif <i>Visual Merchandising</i>	69
Tabel IV. 13. Distribusi Frekuensi <i>Visual Merchandising</i>	70
Tabel IV. 14. Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Visual Merchandising</i>	72
Tabel IV. 15. Statistika Deskriptif Atmosfer Toko.....	73
Tabel IV. 16. Distribusi Frekuensi Atmosfer Toko	73
Tabel IV. 17. Rata-rata Hitung Skor Indikator Atmosfer Toko.....	75
Tabel IV. 18. Hasil Uji Normalitas	76
Tabel IV. 19. Hasil Uji Linieritas Variabel X1 dengan Variabel Y.....	77
Tabel IV. 20. Hasil Uji Linieritas Variabel X2 dengan Variabel Y.....	78
Tabel IV. 21. Uji Regresi Berganda.....	79
Tabel IV. 22. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	81
Tabel IV. 23. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	82
Tabel IV. 24. Uji Analisis Korelasi Ganda	83
Tabel IV. 25. Uji Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Visual Merchandising dan Atmosfer Toko) dengan Y (Pembelian Impulsif)	44
Gambar IV. 2. Grafik Histogram Pembelian Impulsif.....	67
Gambar IV. 3. Grafik Histogram <i>Visual Merchandising</i>	71
Gambar IV. 4. Grafik Histogram Atmosfer Toko.....	74
Gambar IV. 5. Grafik Hubungan antara <i>Visual Merchandising</i> dan Atmosfer Toko dengan Pembelian Impulsif Persamaan Regresi $\hat{Y} = 29,105 + 0,316 X_1 + 0,431 X_2$	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Izin Penelitian.....	98
Lampiran 2 – <i>Survey</i> Awal Penelitian.....	100
Lampiran 3 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Pembelian Impulsif)	101
Lampiran 4 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y (Pembelian Impulsif)	104
Lampiran 5 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	105
Lampiran 6 – Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Pembelian Impulsif)	106
Lampiran 7 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	107
Lampiran 8 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	108
Lampiran 9 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>)	109
Lampiran 10 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>).	111
Lampiran 11 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>)	112
Lampiran 12 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>)	113
Lampiran 13 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>)	114
Lampiran 14 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>).....	115
Lampiran 15 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₂ (Atmosfer Toko) ...	116
Lampiran 16 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₂ (Atmosfer Toko).....	119

Lampiran 17 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₂ (Atmosfer Toko)	120
Lampiran 18 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₂ (Atmosfer Toko).....	121
Lampiran 19 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X ₂ (Atmosfer Toko).....	122
Lampiran 20 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₂ (Atmosfer Toko).....	123
Lampiran 21 – Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Pembelian Impulsif)....	124
Lampiran 22 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	126
Lampiran 23 – Perhitungan <i>Range</i> , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	128
Lampiran 24 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	129
Lampiran 25 – Skor Indikator Dominan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	130
Lampiran 26 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>)	131
Lampiran 27 – Data Mentah Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>)	132
Lampiran 28 – Perhitungan <i>Range</i> , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X ₁ (Citra Merek)	135
Lampiran 29 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X ₁ (<i>Visual Merchandising</i>).....	136
Lampiran 30 – Skor Indikator Dominan Variabel X ₁ (Citra Merek).....	137
Lampiran 31 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₂ (Atmosfer Toko)	138

Lampiran 32 – Data Mentah Variabel X_2 (Atmosfer Toko)	141
Lampiran 33 – Perhitungan <i>Range</i> , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X_2 (Atmosfer Toko).....	143
Lampiran 34 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X_2 (Atmosfer Toko).....	144
Lampiran 35 – Skor Indikator Dominan Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	145
Lampiran 36 – Perhitungan Uji Normalitas	146
Lampiran 37 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif) dengan Variabel X_1 (<i>Visual Merchandising</i>)	148
Lampiran 38 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$	152
Lampiran 39 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X_1 ..	153
Lampiran 40 – Perhitungan Uji Linier Regresi Y atas X_1	154
Lampiran 41 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X_1	155
Lampiran 42 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X_1	156
Lampiran 43 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif) dengan Variabel X_2 (Atmosfer Toko)	158
Lampiran 44 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$	161
Lampiran 45 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X_2 ..	162
Lampiran 46 – Perhitungan Uji Linier Regresi Y atas X_2	163
Lampiran 47 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X_2	164
Lampiran 48 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X_2	165

Lampiran 49 – Data Mentah Variabel Y (Pembelian Impulsif) dengan Variabel X ₁ (Visual Merchandising) dan Variabel X ₂ (Atmosfer Toko) ..	167
Lampiran 50 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2$..	170
Lampiran 51 – Perhitungan Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Regresi Y atas X ₁ dan X ₂	171
Lampiran 52 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X ₁ dan X ₂	172
Lampiran 53 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X ₁ dan X ₂	173
Lampiran 54 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X ₁ dan X ₂	174
Lampiran 55 – Tabel Nilai-nilai r <i>Product Moment</i> dari <i>Pearson X₂</i>	175
Lampiran 56 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F	176
Lampiran 57 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t.....	177
Lampiran 58 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t.....	178
Lampiran 59 – Hasil <i>Survey</i> Awal	178