

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	12
1. Perilaku Konsumen .....	12
a. Definisi Perilaku Konsumen .....	12
b. Kerangka Kerja Perilaku Konsumen ...	13
2. <i>Price Discount</i> .....	14
a. Definisi <i>Price Discount</i> .....	14
b. Tujuan <i>Price Discount</i> .....	15
c. Bentuk-Bentuk <i>Price Discount</i> .....	16
d. Indikator <i>Price Discount</i> .....	18
3. <i>Store Environment</i> .....	18
a. Definisi <i>Store Environment</i> .....	18
b. Tujuan <i>Store Environment</i> .....	19
c. Elemen <i>Store Environment</i> .....	20
d. Komponen Dasar <i>Store Environment</i> ..	21
e. Indikator <i>Store Environment</i> .....	23
4. <i>In-Store Display</i> .....	24
a. Definisi <i>In-Store Display</i> .....	24
b. Tujuan <i>Display</i> .....	25

c. Teknik <i>Display</i> Barang.....	25
d. Syarat-Syarat <i>Display</i> .....	26
e. Indikator <i>In-Store Display</i> .....	28
5. <i>Impulse Buying</i> .....	28
a. Definisi <i>Impulse Buying</i> .....	28
b. Perspektif dalam <i>Impulse Buying</i> .....	30
c. Tipe-Tipe <i>Impulse Buying</i> .....	31
d. Faktor Penentu <i>Impulse Buying</i> .....	32
e. Perilaku Konsumsi <i>Impulse Buying</i> Menurut Perspektif Imam Al-Ghazali .....	33
f. Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	34
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Berpikir .....	37
D. Hipotesis .....	39
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	41
B. Setting Penelitian .....	41
C. Sumber Data Penelitian .....	42
D. Populasi dan Sampel.....	41
E. Definisi Operasional Variabel .....	45
F. Teknik Pengumpulan Data .....	47
G. Teknik Analisis Data .....	48
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Profil Toko.....	54
2. Sejarah Toko Busana Duta Mode Jepara..	54
3. Struktur Organisasi .....	55
4. Deskripsi Responden .....	55
a. Usia Responden .....	56
b. Jenis Kelamin Responden .....	56
c. Penghasilan Responden.....	57
5. Deskripsi Data Penelitian .....	58
a. Variabel <i>Price Discount</i> .....	58
b. Variabel <i>Store Environment</i> .....	59
c. Variabel <i>In-Store Display</i> .....	59
d. Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	59

B. Analisis Data.....	60
1. Uji Instrumen.....	60
a. Uji Validitas .....	60
b. Uji Reliabilitas.....	61
2. Uji Hipotesis.....	62
a. Analisis Regresi Berganda .....	62
b. Koefisien Determinasi.....	64
c. Uji F.....	64
d. Uji t (Parsial).....	65
C. Pembahasan .....	67
1. Pengaruh <i>Price Disncout</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	67
2. Pengaruh <i>Store Environment</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	68
3. Pengaruh <i>In-Store Display</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	68
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	70
B. Saran.....	71
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 39



**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Toko Busana Duta Mode Jepara.....	55
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia...	56
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4.5	Hasil dan Jawaban Responden .....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Berganda .....	62
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.10	Hasil Uji F .....	64
Tabel 4.11	Hasil Uji t (Parsial).....	66