

## DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Konsep Pemasaran.....	7
2.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.3 Ritel Modern.....	14
2.4 Promosi.....	17
2.5 <i>Impulse Buying</i> .....	19
2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i> .....	22
2.7 Promosi Penjualan.....	24
2.8 Penjualan Perseorangan.....	25
2.9 Gaya Hidup.....	26
2.10 Persepsi.....	28
2.11 Peneitian Terdahulu.....	32
2.12 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.13 Model Penelitian.....	38
2.14 Hipotesis.....	40
III. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Defenisi Konseptual.....	41
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
3.4 Populasi dan Sample.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	45

3.5 Teknik Sampling.....	46
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.8 Teknik Pengujian Instrumen.....	47
3.8.1 Uji Validitas.....	47
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.9 Teknik Analisis Data.....	49
3.9.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	49
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.10 Pengujian Hipotesis.....	52
 IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	56
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.3 Hasil Instrumen Penelitian.....	61
4.3.1 Uji Validitas.....	61
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.4 Hasil Analisis Data.....	65
4.4.1 Hasil Analisis Data Deskriptif.....	65
4.5 Analisis Data.....	76
4.5.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	76
4.5.2 Pengujian Regresi Berganda.....	80
4.5.3 Uji Hipotesis.....	82
4.6 Pembahasan.....	85
 V. Kesimpulan Dan Saran.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**