DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **i**

HALAMAN PERNYATAAN ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

PENDAHULUAN **1**

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1

1.2 Latar Belakang Penelitian 4

1.3 Perumusah Masalah 10

1.4 Tujuan Penelitian 10

1.5 Kegunaan Penelitian 11

1.6 Sistematika Penulisan 11

BAB II **13**

TINJAUAN PUSTAKA **13**

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1 Pengertian Pemasaran 13

2.1.2 Perilaku Konsumen 14

2.1.3 Pengertian Manajemen Bisnis Ritail 15

2.1.4 Karakteristik Bisnis Ritel 16

2.1.5 Pengertian Pembelian Impulsif 16

2.1.6 Elemen-elemen Pembelian Impulsif 17

2.1.7 Tipe-tipe Pembelian Tidak Direncanakan (Impulsive Buying) 17

2.1.8 Indikator Dalam Belanja Impulsif 18

2.2 Kerangka Pemikiran 35

2.3 Hipotesis Penelitian 37

2.4 Ruanglingkup Penelitian 37

BAB III 38

METODOLOGI PENELITIAN 38

3.1 Jenis Penelitian 38

3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran 39

3.2.1 Variabel Operasional 39

3.2.2 Skala Pengukuran 42

3.3 Tahapan Penelitian 43

3.4 Populasi dan Sampe 45

3.5. Jenis Data 46

3.5.1 Data Primer 46

3.5.2 Data Sekunder 47

3.6 Teknik Pengumpulan Data 47

3.6.1 Kuisioner 47

3.6.2 Studi Pustaka 48

3.6.3 Wawancara 48

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 48

3.7.1 Uji Validitas 48

3.7.2 Uji Reliabilitas 51

3.8 Analisis Data 52

5.1 Kesimpulan 93

5.2 Saran 93

DAFTAR PUSTAKA **95**

LAMPIRAN **100**