

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar	Gambar
.....	xi
v	
Daftar Lambpiran.....	xv
Abstrak	
.....	xv
i	
Abstract	
.....	xv
ii	
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	9

C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Penegasan Istilah .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	15

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran.....	16
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
B. Potongan harga.....	18
1. Pengertian Potongan Harga .....	18
2. Tujuan Potongan harga.....	20
3. Jenis Potongan harga .....	20
C. Promosi Penjualan .....	23
1. Pengertian Promosi Penjualan .....	23
2. Tujuan Promosi Penjualan.....	24
3. Alat-alat Promosi Penjualan .....	26
4. Peran Promosi Penjualan .....	30
5. Langkah-langkah dalam menentukan promosi penjualan .....	32
D. <i>Display</i> .....	37
1. Pengertian <i>Display</i> .....	37
2. Konsep <i>Display</i> .....	40
3. Jenis-jenis <i>Display</i> .....	42
4. Syarat-syarat <i>Display</i> .....	43

E. <i>Impulse Buying</i> .....	45
1. Definisi <i>Impulse Buying</i> .....	46
2. Tipe-tipe <i>Impulse Buying</i> .....	47
3. Faktor-faktor <i>Impulse Buying</i> .....	48
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	51
G. Kerangka Konseptual .....	58
H. Hipotesis Penelitian.....	59

### **BAB III :METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	61
C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	61
D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	67
F. Analisis Data .....	72

### **BAB IV :HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data Penelitian .....	79
1. Profil Perusahaan Indomaret .....	79
2. Sejarah Indomaret .....	80
3. Visi dan Misi Waralaba Indomaret .....	82
B. Deskripsi Responden.....	83
1. Karakterisrik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	83
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	84
C. Analisis Data .....	87
3. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	88

4. Uji Normalitas Data .....	90
5. Uji Asumsi Klasik .....	91
6. Uji regresi Linier Berganda.....	96

## **BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

A. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Peningkatan <i>Impulse Buying</i> .....	103
B. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan <i>Impulse Buying</i> .....	105
C. Pengaruh <i>Display</i> Terhadap Peningkatan <i>Impulse Buying</i> .....	106
D. Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, dan <i>Display</i> terhadap peningkatan <i>Impulse Buying</i> .....	108
E. Variabel yang paling dominan berpengaruh dalam peningkatan <i>Impulse Buying</i> .....	110

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	111
B. Saran.....	112

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**