

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak .....	xvii

## BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematikan Penulisan Skripsi .....	12

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A.	Keputusan Pembelian Impulsif .....	14
1.	Pengertian Keputusan Pembelian Impulsif .....	14
2.	Karakteristik Pembelian Impulsif .....	16
3.	Tipe Pembelian Impulsif .....	17
4.	Jenis Pembelanja Impulsif.....	18
5.	Faktor-faktor Pembelian Impulsif .....	20
6.	Indikator Pembelian Impulsif.....	21
7.	Pembelian Impulsif dalam Pandangan Islam .....	22
B.	Karakteristik Produk .....	22
1.	Pengertian Karakteristik Produk.....	22
2.	Jenis-jenis Karakteristik Produk.....	24
3.	Indikator Karakteristik Produk .....	26
C.	Keunikan Kemasan Produk.....	27
1.	Pengertian Kemasan Produk .....	27
2.	Fungsi Kemasan.....	29
3.	Keuntungan Pengemasan .....	30
4.	Indikator Kemasan Produk .....	32
D.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
E.	Kerangka Konseptual .....	38
F.	Hipotesis Penelitian .....	40

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	43
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	45
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	48
E. Teknik Analisis Data.....	55

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

A. Deskripsi Objek Penelitian .....	64
B. Deskripsi Responden.....	65
C. Deskripsi Variabel.....	69
D. Hasil Analisis Data.....	71
1. Uji Instrumen Penelitian .....	71
2. Uji Normalitas Data .....	74
3. Uji Asumsi Klasik.....	76
4. Uji Regresi Linier Berganda .....	79
5. Uji Hipotesis .....	81

### **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Karakteristik Produk terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Konsumen Coklat CV. Niky Berkah Abadi .....	88
B. Pengaruh Keunikan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Coklat CV. Niky Berkah Abadi .....	90

C. Pengaruh Karakteristik dan Keunikan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Konsumen Coklat CV. Niky Berkah Abadi .....	93
--	----

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**