

## DAFTAR ISI

|  |          |
|--|----------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN.....                          | i        |
| HALAMAN SAMPUL DALAM .....                         | ii       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                           | iii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                            | iv       |
| HALAMAN MOTTO .....                                | v        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                          | vi       |
| KATA PENGANTAR .....                               | vii      |
| DAFTAR ISI.....                                    | ix       |
| DAFTAR TABEL.....                                  | xiii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                | xv       |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                               | xvi      |
| ABSTRAK .....                                      | xvii     |
| <br>   |          |
| <b>BAB 1: PENDAHULUAN .....</b>                    | <b>1</b> |
| A. Latar Belakang .....                            | 1        |
| B. Rumusan Masalah .....                           | 8        |
| C. Tujuan Penelitian .....                         | 9        |
| D. Kegunaan Penelitian .....                       | 9        |
| E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian ..... | 10       |
| F. Penegasan Istilah .....                         | 10       |
| G. Sistematika Penulisan Skripsi .....             | 12       |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>                | <b>14</b> |
| A. <i>Atmosphere</i> Toko .....                   | 14        |
| B. <i>Sales Promotion</i> .....                   | 16        |
| C. <i>Impulse Buying</i> .....                    | 20        |
| D. Keputusan Pembelian.....                       | 26        |
| E. Hasil Penelitian Yang Relevan .....            | 31        |
| F. Kerangka Konseptual .....                      | 44        |
| G. Hipotesis Penelitian.....                      | 45        |
| <br>  |           |
| <b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>            | <b>46</b> |
| A. Jenis Penelitian .....                         | 46        |
| B. Populasi, Sampel, dan sampling Penelitian..... | 46        |
| 1. Populasi Penelitian .....                      | 46        |
| 2. Sampel Penelitian.....                         | 47        |
| 3. Sampling Penelitian.....                       | 49        |
| C. Sumber Data .....                              | 50        |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                  | 50        |
| E. Teknik Analisis Data.....                      | 56        |
| 1. Uji Persyaratan Instrumen .....                | 56        |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....                        | 59        |
| 3. Analisis Regresi Linear Berganda .....         | 62        |
| 4. Uji Hipotesis .....                            | 63        |
| 5. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....  | 65        |

|  |                |
|--|----------------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>  | <b>67</b>      |
| A. Penyajian Data Hasil Penelitian .....   | 67             |
| 1. <i>Atmosphere</i> Toko (X1).....  | 68             |
| 2. <i>Sales Promotion</i> (X2).....  | 70             |
| 3. <i>Impulse Buying</i> (X3) .....  | 72             |
| 4. Keputusan Pembelian (Y) .....   | 74             |
| B. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....   | 76             |
| 1. Uji Instrumen Penelitian.....   | 76             |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....   | 84             |
| 3. Analisis Regresi Linear Berganda.....   | 94             |
| 4. Hasil Uji Hipotesis .....   | 97             |
| 5. Koefisien Determinasi.....  | 102            |
| <br><b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>  | <br><b>104</b> |
| A. Pengaruh <i>Atmosphere</i> Toko, <i>Sales Promotion</i> dan <i>Impulse Buying</i><br>terhadap Keputusan Pembelian pada Golden Swalayan<br>Tulungagung ..... | 104            |
| B. Pengaruh <i>Atmosphere</i> Toko terhadap Keputusan Pembelian pada<br>Golden Swalayan Tulungagung .....  | 105            |
| C. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian pada<br>Golden Swalayan Tulungagung .....  | 107            |
| D. Pengaruh <i>Impulse Buying</i> terhadap Keputusan Pembelian pada<br>Golden Swalayan Tulungagung .....   | 108            |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b> | <b>110</b> |
| A. Kesimpulan .....         | 110        |
| B. Saran.....               | 112        |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**