

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv
Abstract .....	xv

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian .....	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Penulisan .....	12

### BAB II : LANDASAN TEORI

A. <i>Impulse Buying</i> .....	14
B. Harga.....	19
C. Keragaman Produk.....	28
D. Promosi Penjualan .....	36

E. Penelitian Terdahulu .....	45
F. Kerangka Konseptual.....	51
G. Hipotesis Penelitian .....	53
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian Dan Jenis Penelitian .....	54
B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian.....	55
C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukurannya .....	56
D. Teknik Pengumpulan Data Data Instrumen Penelitian.....	57
E. Teknik Analisis Data .....	61
F. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	68
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
B. Analistik Statistik.....	71
C. Pengujian Hipotesis .....	80
<b>BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Pengaruh Harga Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> .....	84
B. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> .....	87
C. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> .....	90
D. Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> .....	93
<b>BAB VI : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	