

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENEGSAHANA MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	10
1. Keragaman Produk	10
a. Pengertian Keragaman Produk	10
b. Indikator Keragaman Produk	11
c. Keragaman Produk Dalam Perspektif Islam	12
2. <i>Store Atmosphere</i>	13
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	13
b. Elemen-elemen dan Indikator <i>Store Atmosphere</i>	14
c. <i>Store Atmosphere</i> dalam Perspektif Islam	17
3. Promosi Instagram	19
a. Pengertian Promosi	19
b. Jenis Promosi	20
c. Tujuan Promosi	21
d. Pengertian Instagram	21

e. Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram	22
f. Indikator Promosi Instagram	23
g. Promosi Dalam Perspektif Islam	24
4. Perilaku Konsumen	25
5. <i>Impulse Buying</i>	29
a. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	29
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	30
c. Tipe-tipe <i>Impulse Buying</i>	31
d. Indikator <i>Impulse Buying</i>	31
e. <i>Impulse Buying</i> Menurut Perspektif Islam	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Hipotesis	37
D. Kerangka Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	39
B. <i>Setting</i> Penelitian	39
C. Populasi Dan Sampel	40
D. Desain Dan Definisi Operasional Variabel	41
E. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	51
1. Gambaran Objek Penelitian	51
a. Sejarah Toko Dressy Gallery	51
b. Visi dan Misi	52
c. Letak Geografis	53
d. Struktur Organisasi	54
2. Gambaran Umum Responden	54
a. Umur	54
b. Pekerjaan	55
c. Uang Saku/Pendapatan	55
d. Banyaknya Pembelian Selama Satu Tahun Terakhir	56
e. Domisili	57

3. Deskripsi Data Penelitian	57
B. Uji Kuesioner	80
1. Uji Validitas	80
2. Uji Reliabilitas	81
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	82
D. Pengujian Hipotesis	84
E. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	93
B. Saran	93
C. Penutup	94
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT PENDIIDKAN PENELITI DAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Penjualan Dressy Gallery	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Definisi Operasional variabel	41
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan.....	55
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Selama Satu Tahun Terakhir	56
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4.6 - 4.14	Deskripsi Data Keragaman Produk	57
Tabel 4.15 - 4.30	Deskripsi Data Store Atmosphere	62
Tabel 4.31 - 4.41	Deskripsi Data Promosi Instagram	70
Tabel 4.42 - 4.49	Deskripsi Data Impulse Buying	75
Tabel 4.50	Hasil Uji Validitas Instrumen	80
Tabel 4.51	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	82
Tabel 4.52	Hasil Uji Asumsi klasik	82
Tabel 4.53	Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	37
Gambar 4.1	Toko dan Akun Instagram Dressy Gallery	53
Gambar 4.2	Struktur Organisasi di Toko Dressy Gallery	54

