

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 13 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| 2.1 Kajian Pustaka | |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 14 |
| 2.1.2 <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen) | 15 |
| 2.1.3 <i>Shopping Lifestyle</i> (Gaya Berbelanja) | 19 |
| 2.1.4 <i>Impulse Buying</i> | 23 |
| 2.1.5 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> | 28 |
| 2.1.6 Penelitian Terdahulu | 30 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 32 |
| 2.3 Hipotesis | 36 |
| BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Objek Penelitian | 37 |
| 3.2 Metode dan Desain Penelitian | 37 |
| 3.2.1 Metode Penelitian | 37 |
| 3.2.2. Desain Penelitian | 39 |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel | 40 |
| 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| 3.4.1 Sumber Data | 43 |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data | 44 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 45 |
| 3.5.1 Populasi | 45 |
| 3.5.2 Sampel | 46 |
| 3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Hasil Penelitian | |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 62 |

| | |
|---|-----|
| 4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden | 68 |
| 4.1.3 Gambaran Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> | 76 |
| 4.1.4 Gambaran variabel <i>Impulse Buying</i> | 86 |
| 4.1.5 Hasil Pengujian Statistik | 95 |
| 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian | 102 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 105 |
| 5.2 Saran | 106 |
| DAFTAR PUSTAKA | 108 |