

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	18
2.1.4 <i>Fashion Involvement</i>	22
2.1.5 <i>Impulse Buying Behavior</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	61
2.4 Hipotesis Penelitian.....	66
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	66
BAB III METODE PENELITIAN	67
3.1 Jenis Penelitian	67
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	67
3.2.1 Operasional Variabel.....	67

3.2.2 Skala Pengukuran.....	72
3.3 Tahap Penelitian	73
3.4 Populasi dan Sampel	88
3.4.1 Populasi	88
3.4.2 Sampel	88
3.5 Teknik Pengumpulan Data	89
3.6 Teknik Pengujian Data	90
3.6.1 Uji Validitas	90
3.6.2 Uji reliabilitas.....	92
3.7 Teknik Analisis Data.....	93
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	93
3.7.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	95
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	96
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	98
3.7.5 Uji Hipotesis	98
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	102
4.1 Karakteristik Responden	102
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	102
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	103
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	103
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	104
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	105
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1).....	106
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X_2)...	113
4.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying Behavior</i> (Y).....	136
4.4 Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Kota Bandung	153
4.4.1 Transformasi Data Menggunakan MSI	153
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	154
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	158
4.6 Uji Hipotesis	159
4.6.1 Uji Simultan (F)	160
4.6.2 Uji Parsial (T)	161
4.6.3 Besarnya Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Behavior Secara Parsial	162

4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	163
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	164
4.8.1 Hasil Analisis Deskriptif	164
4.8.2 Analisis Uji Hipotesis.....	165
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	168
5.1 Kesimpulan.....	168
5.2 Saran.....	168
5.2.1 Bagi Para Pemasar.....	168
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	169
DAFTAR PUSTAKA	170
LAMPIRAN-LAMPIRAN	174