

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	10
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	10
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen	11
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	12

2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran	17
2.1.2.4 Strategi Pemasaran	17
2.1.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	18
2.1.3.1 Definisi <i>Shopping Lifestyle</i>	18
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup (<i>Shopping Lifestyle</i>)	19
2.1.3.3 Indikator <i>Shopping Lifestyle</i>	20
2.1.4 <i>Positive Emotion</i>	21
2.1.4.1 Definisi <i>Positive Emotion</i>	21
2.1.4.2 Aspek-Aspek <i>Positive Emotion</i>	22
2.1.4.3 Indikator <i>Positive Emotion</i>	24
2.1.5 <i>Impluse Buying</i>	25
2.1.5.1 Definisi <i>Impluse Buying</i>	25
2.1.5.2 Jenis <i>Impulse Buying</i>	26
2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	27
2.1.5.4 Jenis <i>Impulse buying</i>	29
2.1.5.5 Indikator <i>Impluse Buying</i>	30
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	31
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.2.1 Pengaruh <i>Shoping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	33
2.2.2 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	35

2.2.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	36
2.3	Hipotesis Penelitian	38
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Metode Penelitian yang digunakan	39
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
3.2.1	Definisi Variabel	40
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	41
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel	44
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Sumber Data	46
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5	Teknik Analisa Data	48
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	54
3.6.1	Tempat Penelitian	54
3.6.2	Waktu Penelitian	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum objek Penelitian	56
4.1.1.1	Profil Toserba Pajajaran Ciamis	56
4.1.1.2	Visi dan Misi Toserba Pajajaran Ciamis.....	57
4.1.1.3	Struktur Organisasi dan <i>Job</i> Deskripsi Toserba Pajajaran Ciamis	58
4.1.1.4	Kegiatan Operasional Prosedur Toserba Pajajaran	66

4.1.1.5	Gambaran Umum Usaha Toserba Pajajaran Ciamis	68
4.1.1.5	Karakteristik Responden.....	69
4.1.2	Deskripsi Variabel yang Diteliti	72
4.1.2.1	Hasil Penelitian tentang <i>Shopping Lifestyle</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	72
4.1.2.2	Hasil Penelitian tentang <i>Positive Emotion</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	85
4.1.2.3	Hasil Penelitian tentang <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	98
4.1.3	Hasil Pengujian Hipotesis	112
4.1.3.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	112
4.1.3.2	Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	118
4.1.3.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	123
4.2	Pembahasan	132
4.2.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	132
4.2.2	Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	136
4.2.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Positie Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Toserba Pajajaran Ciamis	139

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	143
	5.1 Simpulan	143
	5.2 Saran	144
DAFTAR PUTAKA		145
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen yang Membeli Produk Pada Toserba Setia Kawali Periode Bulan September– Desember 2021	6
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	59
Tabel 3.2	Kategori jawaban dan cara pemberian skor angket	62
Tabel 3.3	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	61
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	64
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Paradigma Penelitian