

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Manajemen	14
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	14
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	15
2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	17
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-Nilai Manajemen.....	19
2.1.1.5 Level Manajemen.....	19
2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen.....	20
2.1.1.7 Manajemen Modern	22
2.1.1.8 Unsur Manajemen	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	25
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	26
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2.4 Tujuan Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.5 Marketing Mix (7P).....	30
2.1.2.6 Masalah-Masalah dalam Pemasaran	32
2.1.2.7 Strategi Pemasaran	33
2.1.2.8 Pemasaran di Era Industri 4.0 dan Society 5.0	34
2.1.2.9 Konsep Pemasaran	35
2.1.2.10 Perilaku Konsumen	38
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti	40
2.1.3.1 <i>Price Discount</i>	40
2.1.3.2 <i>Shopping Lifestyle</i>	45
2.1.3.3 <i>Impluse Buying</i>	48

2.1.4 Penelitian terdahulu yang relevan	52
2.2 Kerangka Pemikiran.....	55
2.2.1 Hubungan <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impluse Buying</i>	56
2.2.2 Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i>	57
2.2.3 Hubungan <i>Price Discount</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i>	58
2.3 Hipotesis Penelitian.....	61
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	62
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	63
3.2.1 Definisi Variabel	63
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	65
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian (Sumber Data Primer).....	66
3.3.1 Populasi.....	66
3.3.2 Sampel	67
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.4.1 Sumber Data	68
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	69
3.5 Teknik Analisis Data.....	71
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	71
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	73
3.5.2.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X_1) terhadap <i>Impluse Buying</i> (Y) dan <i>Shopping Lifestyle</i> (X_2) terhadap <i>Impluse</i> <i>Buying</i> (Y)	73
3.5.2.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X_1) dan <i>Shopping Lifestyle</i> (X_2) terhadap <i>Impluse Buying</i> (Y).....	77
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	81
3.6.1 Tempat Penelitian.....	81
3.6.2 Waktu Penelitian	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	82
4.1.1.1 Profil Shopee	82
4.1.1.2 Logo Shopee	84
4.1.1.3 Visi dan Misi Shopee.....	84
4.1.1.4 Struktur Organisasi PT Shopee International Indonesia..	85
4.1.1.5 Promo pada Shopee	85
4.1.1.6 Fitur Promosi di Shopee	86
4.1.1.7 Nilai Perusahaan	86
4.1.2 Karakteristik Responden	87
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	88
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	90
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	91

4.1.3.1	Hasil Penelitian tentang <i>Price Discount</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg.....	92
4.1.3.2	Hasil Penelitian tentang <i>Shopping Lifestyle</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg.....	100
4.1.3.3	Hasil Penelitian tentang <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg.....	116
4.1.4	Pengujian Hipotesis	128
4.1.4.1	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg.....	128
4.1.4.2	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg.....	137
4.1.4.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg	145
4.2	Pembahasan.....	157
4.2.1	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg	157
4.2.2	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg	159
4.2.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Kecamatan Baregbeg.....	161
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		164
5.1	Simpulan	164
5.2	Saran	165
DAFTAR PUSTAKA		167
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		