

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (<i>Grand Theory</i>).....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran (<i>Middle Theory</i>)	19
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti (<i>Applied Theory</i>)	27
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	33
2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.2.1 Hubungan Antara Media Sosial Terhadap <i>Impulse Buying</i>	38
2.2.2 Hubungan Antara <i>Urban Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	38
2.2.3 Hubungan Antara Media Sosial dan <i>Urban Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	39
2.3 Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	42
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2.1 Definisi Variabel.....	43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Sumber Data.....	49

3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	52
3.5.2	Analisis Verifikatif	54
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	61
3.6.1	Tempat Penelitian.....	61
3.6.2	Waktu Penelitian	61
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Hasil Penelitian.....	63
4.1.1	Gambaran Umum Im You Cafe.....	63
4.1.2	Karakteristik Responden	69
4.1.3	Deskripsi Variabel yang di teliti	72
4.1.4	Rekap Hasil Analisis Deskriptif.....	131
4.1.5	Hasil Pengujian Hipotesis	132
4.2	Pembahasan	162
4.2.1	Pengaruh Media Sosial Terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Im You Cafe.....	162
4.2.2	Pengaruh <i>Urban Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> pada konsumen Im You Cafe.....	163
4.2.3	Pengaruh Media Sosial dan <i>Urban Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Konsumen Im You Cafe.....	165
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	168
5.1	Simpulan.....	168
5.2	Saran	168
	DAFTAR PUSTAKA.....	171
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	174
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	221