

## DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	13
1.2.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>17</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	17
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen ( <i>Grand Theory</i> ).....	17
2.1.1.1 Pengertian Ilmu Manajemen.....	17
2.1.1.2 Fungsi Manajemen .....	18

2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	20
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-nilai Manajemen .....	21
2.1.1.5 Level Manajemen .....	23
2.1.1.6 Bidang-bidang Manajemen .....	24
2.1.1.7 Manajemen Modern.....	25
2.1.2 Manajemen Pemasaran ( <i>Middle Theory</i> ) .....	28
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	30
2.1.2.4 Masalah-masalah dalam Manajemen Pemasaran	31
2.1.2.5 Strategi Manajemen Pemasaran .....	32
2.1.2.6 Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0.....	33
2.1.2.7 Perilaku Konsumen .....	35
2.1.2.8 Pengertian Perilaku Konsumen .....	35
2.1.2.9 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen .....	36
2.1.3 Kajian Variabel yang diteliti ( <i>Applied Theory</i> ) .....	38
2.1.3.1 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	38
2.1.3.1.1 Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i> .....	38
2.1.3.1.2 Faktor-faktor <i>Shopping Lifestyle</i> .....	39
2.1.3.1.3 Indikator <i>Shopping Lifestyle</i> .....	40
2.1.3.2 <i>Fashion Involvement</i> .....	40
2.1.3.2.1 Pengertian <i>Fashion Involvement</i> .....	40
2.1.3.2.2 Indikator <i>Fashion Involvement</i> .....	41
2.1.3.2.3 Dampak dari <i>Fashion Involvement</i> ....	42

2.1.3.3	<i>Impulse Buying</i> .....	42
2.1.3.3.1	Pengertian <i>Impulse Buying</i> .....	42
2.1.3.3.2	Elemen-elemen <i>Impulse Buying</i> .....	43
2.1.3.3.3	Tipe-tipe <i>Impulse Buying</i> .....	43
2.1.3.3.4	Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	44
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	44
2.2	Kerangka Pemikiran.....	46
2.2.1	Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	48
2.2.2	Hubungan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	48
2.2.3	Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	49
2.3	Hipotesis.....	52
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>53</b>
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan .....	53
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2.1	Definisi Variabel.....	55
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	57
3.3	Populasi dan Sampel .....	58
3.3.1	Populasi.....	58
3.3.2	Sampel.....	59
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4.1	Sumber Data.....	60
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5	Teknik Analisis Data.....	63
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	75

3.6.1 Tempat Penelitian .....	75
3.6.2 Waktu Penelitian.....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	76
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	76
4.1.1.1 Profil Umum Kecamatan Banjar .....	76
4.1.1.2 Profil Kecamatan Banjar .....	77
4.1.1.3 Susunan Kecamatan Banjar.....	77
4.1.1.4 Visi dan Misi Kecamatan Banjar.....	78
4.1.1.5 Tugas dan Fungsi.....	79
4.1.2 Karakteristik Responden.....	82
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	85
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang <i>Shopping Lifestyle</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar	86
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang <i>Fashion Involvement</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar	98
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar.....	110
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	120
4.1.4.1 Hasil Penelitian tentang <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar.....	120
4.1.4.2 Hasil Penelitian tentang <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar.....	128

4.1.4.3 Hasil Penelitian tentang pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar	137
4.2 Pembahasan.....	148
4.2.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar.....	148
4.2.2 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar.....	149
4.2.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar	151
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>154</b>
5.1 Kesimpulan .....	154
5.2 Saran.....	155
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>161</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>186</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Kuesioner Pra-Survei mengenai <i>Shopping Lifestyle</i> di Kecamatan Banjar kepada 30 Responden.....	3
Tabel 1.2	Hasil Kuesioner Pra-Survei mengenai <i>Fashion Involvement</i> di Kecamatan Banjar kepada 30 Responden.....	7
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pra-Survei mengenai <i>Impulse Buying</i> di Kecamatan Banjar kepada 30 Responden.....	10
Tabel 2.1	Fungsi Manajemen Menurut Ahli.....	20
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	45
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	57
Tabel 3.2	Pembobotan Skor Jawaban.....	62
Tabel 3.3	Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 3.4	Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan.....	84
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Per Bulan.....	85

Tabel 4.6	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar .....	86
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Cenderung Berbelanja Produk <i>Fashion</i> yang Ditawarkan Melalui Iklan.....	87
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Iklan <i>Fashion</i> yang dilihat Selalu Sesuai dengan Gaya <i>Fashion</i> Saya dan Tertarik untuk Membelinya .....	88
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Cenderung Tertarik Berbelanja Produk <i>Fashion</i> dengan Model Terbaru .....	89
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Ketika Ada Model <i>Fashion</i> Terbaru Saya akan Langsung Membelinya.....	89
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Cenderung Mencari Produk <i>Fashion</i> dengan Merek Terkenal.....	90
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Selalu Membeli dan Menggunakan Produk <i>Fashion</i> dari Merek Terkenal .....	91
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Berbelanja Produk <i>Fashion</i> yang Memiliki Kualitas Terbaik .....	92
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Yakin Merek Terkenal Memiliki Kualitas yang Paling Baik.....	92
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Cenderung Berbelanja Produk <i>Fashion</i> Lebih dari Satu Merek.....	93

Tabel 4.16	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Sering Melihat dan Membeli Barang <i>Up-To-Date</i> dari Berbagai Merek.....	94
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Yakin Ada <i>Fashion</i> Lain yang Sama Kualitasnya Seperti yang Saya Beli.....	95
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Mengetahui Bahwa Ada Merek <i>Fashion</i> Lain yang Sama Kualitasnya Seperti yang Saya Beli di Shopee.....	95
Tabel 4.19	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar.....	96
Tabel 4.20	Interpretasi Mengenai <i>Shopping Lifestyle</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar .....	98
Tabel 4.21	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar .....	99
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Mempunyai Satu atau Lebih Produk <i>Fashion</i> dengan Model yang Terbaru .....	100
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Harus Selalu Memiliki Pakaian dengan Model Terbaru .....	101
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Lebih Suka Apabila Produk <i>Fashion</i> yang Saya Gunakan Berbeda dengan yang Lain	102
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Menggunakan Pakaian yang Tidak Pasaran Membuat Saya Merasa Beda dan Bangga....	102



Tabel 4.26	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Produk <i>Fashion</i> yang Saya Miliki Menunjukkan Karakteristik Saya.....	103
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Setiap Pakaian yang digunakan dapat Membangun <i>Image</i> dari Orang Tersebut .....	104
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang <i>Fashion</i> Adalah Satu Hal Penting yang Mendukung Aktivitas Saya.....	105
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Ketika Memakai Pakaian yang Cocok Dengan Diri Sendiri dan Nyaman Membuat Saya Lebih Percaya Diri .....	105
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Ketika Saya Memakai Produk <i>Fashion</i> Favorit Membuat Orang Tertarik Melihatnya ....	106
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Menggunakan <i>Fashion</i> Terbaru dengan Tujuan Barang Tersebut Dianggap Menarik oleh Orang Lain .....	107
Tabel 4.32	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>Fashion Involvement</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar.....	108
Tabel 4.33	Interpretasi Mengenai <i>Fashion Involvement</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee Kecamatan Banjar .....	109
Tabel 4.34	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar .....	111
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Akan Langsung Membeli Produk <i>Fashion</i> yang Saya Lihat Pertama Kali di <i>Marketplace</i> Shopee Karena Adanya Penawaran yang Menarik .....	111

Tabel 4.36	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Melakukan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Secara Tiba-tiba.....	112
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Shopee Memiliki Kemampuan Untuk Memengaruhi Saya Agar Melakukan Pembelian	113
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Membeli Suatu Barang Karena Tergidir oleh Tampilannya yang Menarik dari Produk <i>Fashion</i> Tersebut.....	114
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Merasa Tidak Perlu Berpikir Panjang Untuk Membeli Produk <i>Fashion</i> yang Menarik Perhatian Saya di <i>Marketplace</i> Shopee.....	115
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Melakukan Pembelian Barang Hanya Karena Keinginan Saja.....	115
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Akan Langsung Membeli Produk yang ditawarkan oleh <i>Marketplace</i> Shopee yang Saya Anggap Menarik Meskipun Tidak Membutuhkannya.....	116
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tentang Saya Tidak Ragu Berbelanja Barang Tanpa Adanya Kebutuhan dan Kegunaan Terhadap Barang Tersebut.....	117
Tabel 4.43	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar.....	118
Tabel 4.44	Interpretasi Mengenai <i>Impulse Buying</i> pada Masyarakat Konsumen Shopee di Kecamatan Banjar.....	119
Tabel 4.45	Nilai-nilai Perhitungan Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	120

Tabel 4.46 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi X terhadap Y.....	124
Tabel 4.47 Nilai-nilai Perhitungan Variabel <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	129
Tabel 4.48 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi X terhadap Y .....	132
Tabel 4.49 Data Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X1), <i>Fashion Involvement</i> (X2), dan <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	137
Tabel 4.50 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi X <sub>1</sub> dan X <sub>2</sub> terhadap Y..	142
Tabel 4.51 Rekapitulasi Hasil Analisis Verifikatif .....	146

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	30
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian.....	51
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kecamatan Banjar .....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Skripsi

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian dari Kecamatan

Lampiran 4 Data Jumlah Penduduk Kecamatan Banjar

Lampiran 5 Angket Penelitian

Lampiran 6 Jawaban Responden  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $Y$

Lampiran 7 Tabel Distribusi  $t$

Lampiran 8 Tabel Distribusi  $F$

Lampiran 9 Data Hasil Perhitungan SPSS