

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah.....	17
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	17
1.2.2 Rumusan masalah	18
1.3 Tujuan penelitian.....	18
1.4 Manfaat penelitian.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..	20
2.1 Kajian pustaka.....	20
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	20
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	20
2.1.1.2 Unsur Manajemen	21
2.1.1.3 Fungsi Manajemen	23
2.1.1.4 Prinsip Manajemen.....	25
2.1.1.5 Tingkat Manajemen	26
2.1.2 Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.2 Ruang Lingkup Pemasaran	27
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.5 Filosofi Pemasaran	30
2.1.2.6 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	31

2.1.2.7 Faktor-faktor penting dalam Bauran Pemasaran.....	32
2.1.3 Variabel yang diteliti.....	33
2.1.3.1 <i>Discount Price</i>	33
2.1.3.2 <i>Shopping Lifestyle</i>	36
2.1.3.3 <i>Impulse Buying</i>	38
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	42
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.2.1 Pengaruh <i>Discount Price</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	46
2.2.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	47
2.2.3 Pengaruh <i>Discount Price</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> terhdap <i>Impulse Buying</i>	47
2.3 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	50
3.2 Definisi dan operasionalisasi variabel	50
3.2.1 Definisi variabel	50
3.2.2 Operasional variable	52
3.3 Populasi dan sampel penelitian	53
3.3.1 Populasi	53
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1 Sumber data.....	56
3.4.2 Teknik pengumpulan data	56
3.5 Teknik analisis data	59
3.5.1 Analisis Deskriptif	59
3.5.2 Analisis Verifikatif	60
3.5.2.1 Pengaruh <i>Discount Price</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	60
3.5.2.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	63
3.5.2.3 Pengaruh <i>Discount Price</i> dan <i>Shoping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	66
3.6 Tempat dan waktu penelitian	70
3.6.1 Tempat penelitian	70
3.6.2 Waktu penelitian	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1.1 Visi dan Misi Eiger	74
4.1.1.2 Struktur Organisasi.....	74
4.1.2 Karakteristik Responden	75
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	77
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.1.3 Deskripsi Variabel yang diteliti.....	79
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Discount Price	79
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang <i>Shopping Lifestyle</i>	90
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Terhadap Impulse Buying	103
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	119
4.1.4.1 Pengaruh <i>Discount Price</i> Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Eiger Adventure Store Banjar	119
4.1.4.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Konsumen Eiger Adventure Store Banjar	127
4.1.4.3 Pengaruh <i>Discount Price</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Konsumen Eiger Adventure Store Banjar	136
4.2 Pembahasan	146
4.2.1 Pengaruh <i>Discount Price</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> pada konsumen Eiger Adventure Store Banjar	147
4.2.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Impulse Buying pada konsumen Eiger Adventure Store Banjar.....	148
4.2.3 Pengaruh Discount Price dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Konsumen Eiger Adventure Store Banjar	150
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	153
5.1 Kesimpulan	153
5.2 Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA	156
LAMPIRAN	160