

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan praktis .....	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Waktu Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN &amp; HIPOTESIS</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Gaya Hidup Belanja .....	12
2.1.1.1 Pengertian Gaya Hidup Belanja .....	12
2.1.1.2 Indikator Gaya Hidup Belanja .....	15
2.1.2 Keterlibatan Mode.....	16
2.1.2.1 Pengertian Keterlinbatan Mode.....	16
2.1.3 Pembelian Impulsif .....	19
2.1.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif .....	19
2.1.3.2 Tipe-tipe <i>Impulse Buying</i> .....	20
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian Impulsif .....	21
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
2.2.1 Keterkaitan gaya hidup belanja terhadap pembelian impulsif.....	28
2.2.2 Keterkaitan keterlibatan mode terhadap pembelian impulsif .....	28
2.2.3 Hubungan Pengaruh Gaya Hidup Belanja dan Keterlibatan Mode terhadap Pembelian Impulsif .....	29
2.3 Hipotesis.....	30
<b>BAB III OBJEK PENELITIAN dan METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Objek Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian .....	32
3.2.1 Desain Penelitian .....	33
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	36
3.2.2.1 Variabel Independen atau variable Bebas	(Variabel X) 37
3.2.2.2 Variabel Dependen Atau Variabel Terikat	(Variabel Y) 37

3.2.3	Sumber dan Teknik Penentuan Data .....	39
3.2.3.1	Sumber Data.....	39
3.2.3.2	Teknik Penentuan Data.....	40
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.2.4.1	Uji MSI .....	44
3.2.4.2	Uji Validitas .....	45
3.2.4.3	Uji Reliabilitas .....	48
3.2.5	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	49
3.2.5.1	Rancangan Analisis .....	49
3.2.5.2	Pengujian Hipotesis .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>62</b>
4.1	Gambaran Umum Perusah.....	62
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	62
4.1.2	Visi dan Misi Vans.....	64
4.1.2.1	Visi .....	64
4.1.2.2	Misi.....	64
4.1.2.3	Sturktur Organisasi.....	65
4.1.2.4	Uraian Tugas ( <i>Job Description</i> ) .....	65
4.1.3	Aktivitas Perusahaan .....	68
4.2	Analisis Deskriptif .....	70
4.2.1	<i>Shopping Lifestyle</i> .....	71
4.2.2	<i>Fashion Involvement</i> .....	76
4.2.3	Pembelian Impulsif .....	86
4.3	Analisis Verifikatif.....	89
4.3.1	Persamaan Regresi Linier Berganda .....	89
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	91
4.3.2.1	Uji Normalitas .....	91
4.3.2.2	Uji Multikolinieritas .....	92
4.3.2.3	Uji Heteroskedastitas .....	94
4.4	Analisis Korelasi.....	94
4.4.1	Analisis Koefesien Determinasi.....	97
4.5	Uji Hipotesis .....	99
4.5.1	Pengujian Secara Parsial (Uji-T) .....	99
4.5.1.1	Pengujian Hipotesis Parsial X <sub>1</sub> .....	100
4.5.1.2	Pengujian Hipotesis Parsial X <sub>2</sub> .....	101
4.5.1.3	Pengujian Secara Simultan (Uji-F).....	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>105</b>
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran.....	107
5.2.1	Saran bagi perusahaan : .....	107
5.2.2	Saran Bagi Peneliti : .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>110</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>112</b>