DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

MOTTO ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I **1**

1.1. Latar Belakang Penelitian **1**

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah **11**

1.2.1. Identifikasi Masalah **11**

1.2.2. Rumusan Masalah **11**

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian **13**

1.3.1. Maksud Penelitian **13**

1.3.2. Tujuan Penelitian **13**

1.4. Kegunaan Penelitian **14**

1.4.1. Kegunaan akademis **14**

1.4.2. Kegunaan praktis **15**

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian 15

1.5.1. Lokasi penelitian 15

1.5.2. Waktu Penelitian 16

BAB II 17

2.1. Kajian Pustaka 17

2.1.1. *Shopping lifestyle* 17

2.1.1.1. Indikator *Shopping Lifestyle* 19

2.1.1.2. Kategori Kegiatan Berbelanja 20

2.1.2. *Fashion Involvement* 21

2.1.2.1. Indikator *Fashion Involvement* 23

2.1.2.2. Keputusan pembelian pada *fashion involvement* 25

2.1.2.3. Karakteristik *fashion involvement* 25

2.1.2.4. Karakteristik dari *fashion* 26

2.1.2.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi *fashion involvement* 27

2.1.3 *Impulse Buying* 27

2.1.3.1 Karakteristik *impulse buying* 29

2.1.3.2 Aspek-aspek *impulse buying* 30

2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* 30

2.1.3.3.1 Pendekatan kognitif 31

2.1.3.3.2 Pendekatan afektif 32

2.1.3.3.3 Tipe-tipe *impulse buying* 32

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 33

2.2 Kerangka Pemikiran 39

2.2.1 Hubungan *Shopping lifestyle* dan *impulse buying*..... 39

2.2.2 Hubungan *Fashion involvement* dan *Impulse buying*..... 39

2.2.3 Hubungan *shopping lifestyle* dan *Fashion involvement* ke *Impulse buying* 40

2.3 Hipotesis..... 42

BAB III..... 43

3.1 Objek penelitian..... 43

3.2 Metode penelitian..... 43

3.2.1 Desain penelitian..... 44

3.2.2 Operasionalisasi variabel..... 45

3.2.3 Sumber dan teknik penentuan data..... 49

3.2.3.1. Sumber data..... 49

3.2.3.2. Teknik penentuan data..... 50

3.2.4 Teknik pengumpulan data..... 52

3.2.4.1. Uji validitas..... 53

3.2.4.2. Uji reabilitas 54

3.2.4.3. Uji MSI..... 55

3.2.5 Rancangan analisis dan pengujian hipotesis..... 57

3.2.5.1. Rancangan analisis..... 57

3.2.5.1.1. Analisis deskriptif/kualitatif 57

3.2.5.1.2. Analisis verifikatif..... 59

3.2.6 Pengujian hipotesis 62

BAB IV 67

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 67

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 67

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 69

4.2 karakteristik Responden 70

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 70

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 71

4.3 Analisis Deskriptif 72

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel *Shopping lifestyle* (X_1) 72

4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Membeli Setiap tawaran Iklan 72

4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Model Terbaru 73

4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Berbelanja *Merk* Terkenal 74

4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kualitas Produk 75

4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Membeli Berbagai Merk 76

4.3.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Ada Merk Lain Yang Sama Seperti Yang Dibeli 77

4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel *Fashion Involvement* (X_2) 80

4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Model Terbaru 80

4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Fashion* Hal Penting 81

4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Berbeda Dari Yang Lain 81

4.3.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Karakteristik 82

4.3.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Mengetahui Orang 83

4.3.2.6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Orang Melihat saya 84

4.3.2.7 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Mencoba Terlebih Dahulu 85

4.3.2.8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Tahu *Fashion* Terbaru 86

4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel *Impulse Buying* (Y) 88

4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kognitif 89

4.3.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Aspek Afektif 89

4.4 Analisis Verifikatif 92

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 92

4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik 95

4.4.2.1 Uji Normalitas 95

4.4.2.2 Pengujian Multikolinieritas 96

4.4.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas 97

4.4.3 Analisis Korelasi 98

4.4.4 Analisis Koefesien Determinasi 100

4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 103

4.5.1.1 Uji Hipotesis Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying 103

4.5.1.2 Uji Hipotesis *Fashion Imvolvement* Terhadap Impulse Buying 105

4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 108

BAB V 111

5.1 Kesimpulan 111

5.2 Saran 112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN