

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian	15

F. Manfaat Penelitian	16
G. Jadwal Penelitian	17
H. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Konsep dan Teori.....	21
1. Manajemen	21
2. Manajemen Pemasaran	24
3. Teori Perilaku Konsumen	30
4. <i>Teori Stimulus Organism Response (SOR)</i>	33
5. <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	36
6. <i>Shopping Lifestyle</i>	44
7. <i>Impulsive Buying</i>	50
B. Kajian Terdahulu.....	55
C. Kerangka Berpikir	64
D. Hipotesis.....	70
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	72
A. Metode dan Pendekatan	72
B. Jenis dan Data Sumber	73

C. Populasi dan Sampel.....	74
D. Variabel Penelitian.....	77
E. Operasional Variabel	78
F. Waktu dan Wilayah	81
G. Teknik Pengumpulan Data	82
H. Teknik Analisis Data	84
1. Analisis Data Statistik Deskriptif	85
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	85
3. Uji Asumsi Klasik	86
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
5. Uji Hipotesis	88
6. Koefisien Determinasi.....	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	91
A. Gambaran Umum Perusahaan	91
B. Analisis Data	97
1. Statistik Deskriptif	97
2. Karakteristik Responden Penelitian	98
3. Deskriptif Tanggapan Responden	103

4. Uji Instrumen Data Penelitian	117
5. Uji Asumsi Klasik	120
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	128
7. Uji Hipotesis	130
8. Analisis Koefisien Determinasi	133
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	134
BAB V PENUTUP.....	141
A. Kesimpulan.....	141
B. Saran.....	142
Daftar Pustaka	144
LAMPIRAN.....	151

