DAFTAR ISI

Halaman

***ABSTRACT*…… ii**

KATA PENGANTAR…….. iv

DAFTAR ISI…… vi

DAFTAR TABEL…… ix

DAFTAR GAMBAR…… xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian…… 1

1.2 Identifikasi Masalah……. 6

1.3 Tujuan Penelitian…….. 7

1.4 Manfaat Penelitian..…… 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka……..…….. 8

2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran ……..……. 8

2.1.1.1 Bauran Premasaran…..……..…… 8

2.1.1.2 Konsep Promosi Penjualan…….…… 11

2.1.1.3 Langkah-Langkah Promosi Penjualan….…… 13

2.1.1.4 Tipe-Tipe Promosi Penjualan……. 14

2.1.1.5 Tujuan Promosi Penjualan…….... 15

2.1.1.6 Pengukuran Promosi Penjualan……. 16

2.1.2 Konsep Perilaku Konsumen…….. 17

2.1.2.1 Perilaku Konsumen Indonesia…… 18

2.1.2.2 Sikap Konsumen…… 19

2.1.3 Konsep Gaya Hidup……..…….. 20

2.1.3.1 Pengukuran Gaya Hidup Konsumen……. 23

2.1.4 Konsep Minat Beli Konsumen…… 24
2.1.4.1 Pengukuran Minat Beli Konsumen…… 26
2.1.5 Penerapan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli…….. 26
2.1.6 Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Gaya Hidup.. 27
2..1.7 Bisnis *Online Shop*……..... 28
2.2 Kerangka Pemikiran…..……..... 33
2.3 Penelitian Sebelumnya …… 36
2.4 Model dan Hipotesis Penelitian…… 38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian…… 39
3.1.1 Jenis Penelitian…… 39
3.1.2 Unit Analisis…….. 40
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian……. 40
3.3 Model Penelitian……. 45
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian……..... 45
3.5 Teknik Pengumpulan Data……..... 46
3.6 Teknik Pengambilan Sampel……..... 47
3.6.1 Populasi……..... 47
3.6.2 Sampel ……..... 48
3.7 Validitas, Reabilitas dan Hasil Pengujian……..... 49
3.7.1 Tabulasi Data…….……..... 50
3.7.2 Uji Validitas……..... 50
3.7.3 Uji Reabilitas……..... 51
3.8 Metode Analisis……..... 52
3.8.1 Uji Klasik…..…… 52
3.8.1.1 Uji Normalitas Variabel Promosi Penjualan…… 52
3.8.1.2 Uji Normalitas Variabel Gaya Hidup…….. 54
3.8.1.3 Uji Normalitas variabel Minat Beli…… 55

3.9 Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis…….. 56
3.9.1 Analisis Uji Korelasi…….. 57
3.9.2 Uji Regresi……..……..... 57
3.9.3 Rancangan Uji Hipotesis Parsial…… 58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Industri *Fashion Online Shop*……..... 60
4.2 Profil Reponden dan Pelanggan……..... 63
4.3 Penilaian Pelanggan Terhadap *Online Shop* melalui jejaring sosial 67
4.3.1 Penilaian Terhadap Promosi Penjualan…….. 67
4.3.2 Gaya Hidup Konsumen……..…… 74
4.3.3 Minat Beli Konsumen…… 79
4.4 Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap minat beli…… 84
4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan Produk *Fashion* terhadap Minat Beli……. 86
4.5 Analisis variabel Gaya Hidup variabel moderator antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli…….88
4.5.1 Gaya Hidup sebagai variabel moderator antara Promosi Penjualan Dengan Minat Beli…….89
4.6 Implikasi Penelitian…….....92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan……93
5.2 Saran……..94
DAFTAR PUSTAKA…….95
LAMPIRAN