

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	11
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	11
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	11
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	11
1.3.5 Ruang lingkup Ilmu dan Pengetahuan	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Bagi Penulis	12
1.5.2 Bagi Perusahaan	12
1.5.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	13
1.6 . Sistematika Penulisan.....	13

1.6.1 BAB I Pendahuluan	13
1.6.2 BAB II Landasan Teori.....	13
1.6.3 BAB III Metode Penelitian	13
1.6.4 BAB IV Hasil Peneltian dan Pembahasan	13
1.6.5 BAB V Kesimpulan dan Saran	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Tahap- Tahap Keputusan Pembelian	17
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2 Kelas Sosial.....	19
2.2.1 Penjelasan Kelas Sosial.....	19
2.2.2 Indikator Kelas Sosial	21
2.2.3 Jenis-Jenis Kelas Sosial	21
2.3 Gaya Hidup	23
2.3.1 Indikator Gaya Hidup.....	24
2.3.2 Klasifikasi Gaya Hidup.....	25
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	26
2.4 Peneliti Terdahulu	29
2.5 Kerangka pikir.....	34
2.6 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Sumber Data.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.3.1 Koesioner	38
3.4 Populasi dan Sempel	39
3.4.1 Populasi	39

3.4.2 Sempel.....	40
3.5 Variabel Penelitian	41
3.5.1 Variabel Independan	41
3.5.2 Variabel Dependen.....	41
3.6 Definisi Oprasional Variabel.....	41
3.7 Uji Persyaratan Instrumen.....	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Reabilitas.....	44
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	44
3.8.1 Uji Normalitas	44
3.8.2 Uji Linieritas	45
3.8.3 Uji Homogenitas	45
3.9 Metode Analisi Data	46
3.9.1 Regresi Linier Berganda	46
3.10 Pengujian Hipotesis.....	47
3.10.1 Uji Signifikasi Parsial (Uji T)	47
3.10.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi data.....	49
4.1.1 Karakteristik Responden	49
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	51
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	57
4.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2 Uji Reabilitas.....	59
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data	60
4.3.1 Uji Normalitas	60
4.4 Uji Linieritas	61

4.5 Uji Homogenitas	61
4.6 Analisis Data	62
4.6.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
4.7 Uji Hipotesis Secara parsial (Uji T)	64
4.7.1 Hasil Uji Hipotesis secara parsial (Uji T)	64
4.8 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	66
4.8.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	66
4.9 Pembahasan.....	67
4.9.1 Pembahasan Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada <i>Coffee Shop</i> Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung	67
4.9.2 Pembahasa Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada <i>Coffee Shop</i> Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung	68
4.9.3 Pembahsan Pengaruh Kelas Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada <i>Coffee Shop</i> Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73