

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.6 Sistematika Penulisan	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	24
2.1 Manajemen Pemasaran	24
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	24
2.1.2 Tugas-tugas Manajemen Pemasaran.....	25
2.2 Gaya Hidup	25
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup	26
2.2.2 Segmentasi Gaya Hidup.....	27
2.2.3 Indikator Gaya Hidup	28
2.3 Harga.....	29
2.3.1 Pengertian Harga	29
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga	30
2.3.3 Indikator Harga.....	31
2.4 Kepercayaan Merek	32
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	32
2.4.2 Komponen Kepercayaan Merek	33
2.4.3 Indikator Kepercayaan Merek	34
2.5 Keputusan Pembelian	34
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	35
2.5.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	36

2.5.3	Indikator Keputusan Pembelian	36
2.6	Penelitian Terdahulu	39
2.7	Kerangka Pemikiran	41
2.8	Pengembangan Hipotesis	43
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Jenis Penelitian	47
3.2	Sumber Data	47
3.2.1	Data Primer	47
3.3	Metode Pengumpulan Data	48
3.4	Populasi dan Sampel	48
3.4.1	Populasi	48
3.4.2	Sampel	48
3.5	Variabel Penelitian	49
3.5.1	Variabel Bebas (Independen)	45
3.5.2	Variabel Terikat (Dependen)	49
3.6	Definisi Operasional Variabel	49
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	47
3.7.1	Uji Validitas	51
3.7.2	Uji Reliabilitas	51
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	52
3.8.1	Uji Normalitas	52
3.8.2	Uji Linearitas	49
3.9	Metode Analisis Data	53
3.9.1	Regresi Linear Berganda	53
3.10	Pengujian Hipotesis	54
3.10.1	Uji Parsial (Uji t)	54
3.10.2	Uji Simultan (Uji F)	55
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Data	53
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	56
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen	60
4.2.1	Hasil Uji Validitas	60
4.2.2	Hasil Uji Reabilitas	62
4.3	Uji Persyaratan Analisis Data	63
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	63
4.3.2	Hasil Uji Linearitas	63
4.3.3	Hasil Uji Multikolinearitas	64

4.4 Hasil Analisis Data	64
4.4.1 Regresi Linear Berganda.....	65
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.5.1 Hasil Uji t	66
4.5.2 Hasil Uji F	68
4.6 Pembahasan.....	69
4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
4.6.2 Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	70
4.6.4 Pengaruh Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80