

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Peneliti.....	10
1.5.2 Bagi Institusi	10
1.5.3 Bagi Perusahaan.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.3 Shopping Lifestyle	15
2.3.1 Pengertian Shopping Lifestyle	15
2.3.2 Indikator Shopping Lifestyle	16

2.4	Brand Love	16
2.4.1	Pengertian Brand Love	16
2.4.2	Indikator Brand Love	17
2.5	Brand Trust	18
2.5.1	Pengertian Brand Trust	18
2.5.2	Indikator Brand Trust	19
2.6	Penelitian Terdahulu	20
2.7	Kerangka Pikir	22
2.8	Hipotesis	23
2.8.1	Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.8.2	Pengaruh Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.8.3	Pengaruh n Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian ...	24
2.8.4	Pengaruh Shopping Lifestyle, Brand Love Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian	25
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Sumber Data	27
3.3	Metode Pengumpulan Data	27
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Sampel	28
3.5	Variabel Penelitian	29
3.5.1	Variabel Penelitian Independen	29
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen	29
3.6	Definisi Operasional Variabel	29
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	31
3.7.1	Uji Validitas	31
3.7.2	Uji Reliabilitas	31
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	32
3.8.1	Uji Normalitas Sampel	32
3.8.2	Uji Lineritas Sampel	33
3.8.3	Uji Multikolinieritas	33
3.9	Metode Analisis Data	34
3.9.1	Regresi Linier Berganda	34
3.10	Pengujian Hipotesis	34
3.10.1	Uji Parsial (Uji t)	34
3.10.2	Uji Simultan (Uji F)	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Deskripsi Data	36
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen	45

4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	45
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	47
4.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel.....	47
4.3.2 Hasil Uji Linieritas Sampel.....	48
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
4.4 Hasil Analisis Data.....	50
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	51
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	52
4.5 Pembahasan.....	53
4.5.1 Pembahasan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.5.2 Pembahasan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.5.3 Pembahasan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.5.4 Pembahasan Shopping Lifestyle, Brand Love Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar Brand Fashion Lokal Terpopuler Di Indonesia	3
1.2 Jumlah Pengikut Erigo Di Media Sosial.....	4
1.3 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Pengikut Akun Instagram Erigo	5
1.4 Hasil Pra Survei Faktor Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	20
3.1 Skala Pengukuran.....	28
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.3 Interpretasi Nilai r	32
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2 Responden Berdasarkan Usia	37
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.4 Responden Berdasarkan Produk	38
4.5 Responden Berdasarkan Provinsi	39
4.6 Responden Berdasarkan Penghasilan	39
4.7 Responden Berdasarkan Konsumsi Perbulan	40
4.8 Hasil Jawaban Responden Shopping Lifestyle	41
4.9 Hasil Jawaban Responden Brand Love.....	42
4.10 Hasil Jawaban Responden Brand Trust	43
4.11 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	44
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel.....	46
4.13 Hasil Uji Reabilitas Variabel	47
4.14 Hasil Uji Normalitas	48
4.15 Hasil Uji Linearitas	48
4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	49
4.17 Persamaan Regresi Linear Berganda	50
4.18 Hasil Uji Hasil Uji Model Summary	50
4.19 Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji t).....	51
4.20 Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Jumlah Transaksi Berdasarkan Kategori Produk Di E-Commerce Tahun 2021	1
1.2 Persentase Kategori Produk	2
2.1 Kerangka Pikir	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner Penelitian
Lampiran	II	Hasil Jawaban Kuisisioner
Lampiran	III	Hasil Uji Deskriptif
Lampiran	IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran	V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran	VI	Hasil Uji Normalitas
Lampiran	VII	Hasil Uji Linearitas
Lampiran	VIII	Hasil Uji Multikolinearita
Lampiran	IX	Hasil Uji Regresi Berganda