

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.2 Citra Merek.....	19
2.2.1 Pengertian Citra Merek	19
2.2.2 Komponen dan Aspek Citra Merek	21
2.2.3 Indikator Citra Merek	23
2.3 Gaya Hidup.....	23
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	23
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	25
2.3.3 Indikator Gaya Hidup	27
2.4 Keputusan Pembelian	29

2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian	29
2.4.2 Proses Keputusan Pembelian	31
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	33
2.5 Penelitian Terdahulu.....	34
2.6 Kerangka Pemikiran	36
2.7 Kerangka Penelitian.....	37
2.8 Hipotesis Penelitian	37
2.8.1 Pengaruh Citra Merek (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	37
2.8.2 Pengaruh Gaya Hidup (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	38
2.8.3 Pengaruh Citra Merek (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y).....	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Sumber Data	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	41
3.5 Variabel Penelitian.....	42
3.5.1 Variabel Penelitian Independen.....	42
3.5.2 Variabel Penelitian Dependen	43
3.6 Definisi Operasional Variabel	43
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	44
3.7.1 Uji Validitas.....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas	44
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	45
3.8.1 Uji Normalitas Sampel	45
3.8.2 Uji Linearitas	45
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	46
3.9 Metode Analisis Data	46
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda	46

3.10 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	47
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)	47
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data.....	49
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	53
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	56
4.2.1 Hasil Uji Validitas	56
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	57
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	57
4.3.2 Hasil Uji Linearitas.....	58
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.4 Hasil Analisis Data.....	59
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	61
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	61
4.5 Pembahasan.....	62
4.5.1 Pembahasan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.5.2 Pembahasan Pengaruh Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian...	64
4.5.3 Pembahasan Pengaruh Bersama Variabel Citra Merek & Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Hasil Pra Survei Perilaku Keputusan Pembelian	6
1.2 Hasil Pra Survei yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	7
2.1 Indikator Gaya Hidup.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	34
3.1 Jawaban Setiap Instrumen.....	41
3.2 Kriteria Pemilihan Sampel	42
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4 Interpretasi Nilai r	45
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi.....	51
4.5 Responden Berdasarkan Pembelian Perbulan.....	52
4.6 Hasil Uji Frekuensi Variabel Citra Merek	53
4.7 Hasil Uji Frekuensi Variabel Gaya Hidup	54
4.8 Hasil Uji Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	55
4.9 Hasil Uji Validitas.....	56
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.11 Hasil Uji Normalitas	58
4.12 Hasil Uji Linearitas	58
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
4.14 Persamaan Regresi Linear Berganda	59
4.15 Hasil Uji Model Summary	60
4.16 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	61
4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Tren Penjualan Produk Kopi Ketje Chandra Teluk.....	4
2.1 Model Perilaku Konsumen.....	18
2.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Kerangka Penelitian	37