

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Gaya Hidup	12
2.1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup	12
2.1.2 Kategori gaya hidup	13
2.1.3 Klasifikasi Gaya Hidup	13

2.1.4 Indikator Gaya Hidup.....	14
2.2 Promosi Penjualan	15
2.2.1 Jenis Promosi Penjualan.....	16
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi penjualan	19
2.2.3 Indikator Promosi Penjualan	20
2.3 Keputusan Pembelian.....	21
2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	22
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.4 Peneliti Terdahulu	26
2.5 Kerangka Pikir	27
2.6 Kerangka Teori	28
2.7 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Sumber Data.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Variabel Penelitian.....	34
3.6 Definisi Operasional tabel.....	35
3.7 Uji Persyaratan Instrument	37
3.7.1 Uji Validitas	37
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.1 Uji Normalitas	38
3.8.2 Uji Multikolonieritas	38

3.8.3 Uji Linieritas	39
3.9 Uji Metode Analisa Data	39
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.10 Uji Hipotesis	40
3.10.1 Uji F	40
3.10.2 Uji T	40
3.11 Pengolahan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1 Deskripsi Karakter Responden.....	42
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrument	43
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	43
4.2.2 Hasil Uji reliabilitas.....	46
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	48
4.3.2 Hasil Uji Linieritas	49
4.3.3 Hasil Uji Multikolonieritas	50
4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.5 Pengujian Hipotesis	52
4.5.1 Uji Partial (Uji-t).....	52
4.5.2 Uji Simultan (Uji-f).....	54
4.6 Pembahasan.....	56
4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.6.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	32
3.2 Bentuk Checklist	33
3.3 Data jumlah konsumen XCoffee periode Januari – Juli 2021.....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	36
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.5 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	43
4.6 Karakteristik berdasarkan pekerjaan	44
4.7 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....	45
4.8 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan (X2)	45
4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	46
4.10 Tabel Interpretasi Nilai R Alpha	47
4.11 Hasil Uji Reliabilitas	48
4.12 Hasil Uji Normalitas	49
4.13 Hasil Uji Linearitas	50
4.14 Hasil Uji Multikolonieritas	51
4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
4.16 Hasil Uji Koefisien Korelasi	53
4.17 Hasil Uji T.....	54
4.18 Hasil Uji F.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Penjualan XCoffee tahun 2019	4
1.2 Grafik Penjualan XCoffee tahun 2020	5
1.3 Grafik Penjualan XCoffee tahun 2021	6
2.4 Kerangka Pikir	28
2.5 Kerangka Teori	29
4.6 Hasil Uji Normalitas	49

LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1. Lembar Kuisisioner

Lampiran 2. Hasil Jawaban Kuisisioner

Lampiran 3. Hasil Uji SPSS Uji Validitas-Reliabilitas

Lampiran 4. Hasil Uji SPSS Normalitas dan Regresi Linier Berganda

Lampiran 6. Dokumentasi