

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
2. Kualitas Produk.....	19
3. <i>Brand Image</i>	22

4. <i>Life Style</i>	25
5. <i>Store Atmosphere</i>	27
6. Harga.....	29
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Hubungan Antar Variabel	34
D. Kerangka Penelitian	39
E. Hipotesis Penelitian	40

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	42
B. Populasi.....	42
C. Sampel, Teknik <i>Sampling</i> , dan Jumlah Sampel.....	43
D. Jenis Data Penelitian.....	44
E. Prosedur Pengambilan Data	44
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	45
G. Definisi Operasional Variabel	46
H. Skala Pengukuran Variabel.....	55
I. Uji Instrumen	58
J. Teknik Analisis Data.....	61

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	72
1. Analisis Deskriptif Responden.....	72
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	76

3. Analisis Kuantitatif.....	82
B. Pembahasan.....	88
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4.2 Usia Responden.....	73
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	74
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	75
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Life Style</i>	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmosphere Store</i>	80
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Harga	69
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 4.11 Tabel Regresi Linear Berganda.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Pembeli	17
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan	84
Lampiran 2 Hasil Data <i>Cash Position</i>	97
Lampiran 3 Hasil Data <i>Firm Size</i>	101
Lampiran 4 Hasil Data <i>Growth Opportunity</i>	103
Lampiran 5 Hasil Data <i>Ownership</i>	107
Lampiran 6 Hasil Data <i>Return On Asset</i>	108
Lampiran 7 Hasil Data <i>Dividend Payout Ratio</i>	112
Lampiran 8 Hasil Olah Data Program SPSS.....	116