

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Keputusan Pembelian	12
2. <i>Brand Awareness</i>	14
3. <i>Price Perception</i>	16
4. <i>Lifestyle</i>	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hubungan Antar Variabel	25
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2. Pengaruh <i>Price Perception</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
3. Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
D. Kerangka Pemikiran.....	27
E. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Rancangan Penelitian.....	30
B. Objek Penelitian dan Waktu Penelitian	31
C. Populasi.....	31
D. Sampel dan Teknik Sampling	32
E. Jenis Data Penelitian.....	33
F. Metode Pengumpulan Data.....	34
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	34
1. Variabel Independen (X)	34
2. Variabel Dependen (Y).....	34
H. Definisi Operasional Variabel.....	35
1. Variabel <i>Dependent</i>	35
2. Variabel <i>Independent</i>	36
I. Skala Pengukuran Variabel.....	38
J. Uji Instrumen	41
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reabilitas	43
K. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Analisis Kuantitatif.....	46
L. Uji Hipotesis	47
1. Uji F.....	47
2. Uji t.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Analisis Deskriptif	49
1. Karakteristik Responden.....	49
2. Variabel Penelitian	55
B. Analisis Kuantitatif	62
1. Regresi Berganda.....	62
2. Koefisien Determinasi	64
3. Uji F.....	66

4. Uji t.....	66
C. Pembahasan	68
1. Variabel Secara Simultan	68
2. Variabel Secara Parsial	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	81