

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAKSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan masalah	4
C. Tujuan penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan teori	6
1. Citra Merek	6
Pengertian Citra Merek.....	6
Komponen yang Membentuk Citra Merek.....	10

Konsep Merek dan Tujuan Penggunaan Merek	12
2. Gaya Hidup	14
Pengertian Gaya Hidup	14
Manfaat Pemasar Memahami Gaya Hidup.....	16
3. Keputusan Pembelian	16
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
b. Peran Keputusan Pembelian	17
c. Proses Keputusan Pembelian	17
d. Tahap – Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	18
e. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Hubungan Antar Variabel	24
D. Kerangka Pikir	26
E. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Populasi	29
C. Sampel dan Teknik Sampling	29
D. Jenis Data yang digunakan.....	31
E. Metode Pengumpulan Data	32
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32

G. Skala Pengukuran Variabel	34
H. Uji Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	38
I. Metode Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. Analisis Regresi Linier Berganda	40
J. Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	44
1. Deskripsi Karakteristik Responden	44
a. Jenis Kelamin	44
b. Usia	45
c. Pendapatan atau uang saku perbulan	46
d. Jurusan	47
2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	48
a. Citra Merek	48
b. Gaya Hidup	49
c. Keputusan Pembelian.....	50
B. Analisis Kuantitatif	50
1. Regresi Linear Berganda.....	51
2. Uji Hipotesis (Uji t)	52
3. Uji F	53

4. Koefisien Determinasi (R^2)	53
C. Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Vendor Smartphone Merek dengan Market Share 2015-2016	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Data 30 Responden	38
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas Data 30 Responden	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang saku	46
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	47
Tabel 4.5. Resepsi Responden Terhadap Variabel Citra Merek	48
Tabel 4.6. Resepsi Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup	49
Tabel 4.7. Resepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.8. Hasil Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.9. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	27

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I:Kuesioner	64
Lampiran II: Tabulasi Data 30 Kuesioner	68
Lampiran III: Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	71
Lampiran IV: Rekap Hasil Responden : 100 Responden.....	77
Lampiran V: Analisis Deskriptif	85
Lampiran VI: Analisis Kuantitatif	90