

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT .....	iii
PERTANGGUNG JAWABAN SKRIPSI .....	v
LEMBAR YURIDIS .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK .....	x
RINGKASAN SKRIPSI .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Pernyataan Masalah .....	5
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kontribusi Penelitian .....	6
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	6
1.4.2 Kontribusi Praktis .....	7
1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian .....	7
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 <i>Lifestyle</i> .....	10
2.1.2 <i>Social Influence</i> .....	11
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	19

2.2 Kajian Empiris.....	20
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian.....	31
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	31
2.3.2 Hipotesis Penelitian .....	32
BAB III.....	34
METOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Bentuk Penelitian.....	34
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.3 Data.....	34
3.4 Populasi dan Sample.....	34
3.4.1. Populasi.....	34
3.4.2. Sample .....	35
3.5 Variabel Penelitian .....	35
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.8 Pengujian Instrumen.....	37
3.8.1 Uji Validitas.....	37
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.8 Metode Analisis.....	37
3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.9.3 Uji F.....	40
3.9.4 Uji T.....	40
3.9.5 Koefisien Determinasi .....	40
BAB IV .....	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Karakteristik Responden .....	42
4.1.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	42
4.1.1.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	43
4.1.1.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	43

4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.1.1.5 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	45
4.1.2 Uji Instrument.....	46
4.1.2.1 Uji Validitas .....	46
4.1.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	48
4.1.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Influence</i> .....	49
4.1.3.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Lifestyle</i> .....	50
4.1.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> .....	51
4.1.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ....	52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	53
4.1.4.2 Uji Linearitas .....	54
4.1.4.3 Uji Multikolinieritas .....	54
4.1.4.4. Uji Heterokedastisitas .....	55
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.1.6 Uji Hipotesis.....	57
4.1.6.1 Uji Kelayakan Model (Uji-F) .....	57
4.1.6.3 Uji Hipotesis Penelitian (Uji-t).....	58
4.1.6.3 Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.2 Pembahasan .....	60
4.2.1 Hipotesis Pertama ( $H_1$ ) .....	60
4.2.2 Hipotesis Kedua ( $H_2$ ).....	61
4.2.3 Hipotesis Ketiga ( $H_3$ ).....	61
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN.....	67