

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB IITINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran	17
2.2 Perilaku Konsumen	18
2.3 Gaya Hidup	21
2.4 Keputusan Pembelian	24
2.5 Hubungan Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian	26
2.6 Kerangka Penelitian	27
2.6.1 Gaya Hidup.....	27
2.6.2 Keputusan Pembelian	28
2.7 Kajian Penelitian Terdahulu	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Pengukuran Variabel	35
3.6 Uji Validitas	37
3.7 Uji Reliabilitas	38
3.8 Metode Analisis Data	38
3.8.1 Regresi Berganda	38
3.8.2 Uji T	39
3.8.3 Uji F	40
3.9 Koefisien Determinasi (R^2)	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	42
4.1.1 Jenis Kelamin.....	42
4.1.2 Usia Responden.....	42
4.1.3 Pekerjaan.. ..	43
4.1.4 Pendidikan.....	44
4.1.5 Pengeluaran	44
4.1.6 Jumlah Anggota Keluarga	45
4.1.7 Jumlah Kunjungan	46

4.1.8 Komunitas	47
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas	49
4.3 Analisis Kualitatif	50
4.3.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	51
4.3.1.1 Tanggapan atas Aktivitas (X_1).....	51
4.3.1.2 Tanggapan atas Minat (X_2).....	52
4.3.1.3 Tanggapan atas Pendapat (X_3).....	52
4.3.1.4 Tanggapan atas Kepuasan Pembelian (Y)	53
4.4 Analisis Kuantitatif	54
4.4.1 Regresi Berganda	54
4.4.2 Uji koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	56
4.4.3 Uji F (Uji Koefisien Secara Bersama-sama)	57
4.4.4 Uji Determinasi R^2	58
4.5 Pembahasan	59

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN