DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN

* 1. Latar Belakang 1
	2. Rumusan Masalah 7
	3. Tujuan Penelitian 7
	4. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN LITERATUR

 2.1.Keputusan Pembelian 9

 2.2.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian 10

 2.3.Perilaku Konsumen 16

 2.3.1.Faktor Pribadi 16

 2.3.1.1.Gaya Hidup 17

 2.4.Bauran Pemasaran 20

 2.4.1.Produk 20

 2.4.1.1.Atribut Produk 21

 2.4.1.1.1.Fitur 21

 2.4.2.Harga 22

 2.4.3.Distribusi 23

 2.4.4.Promosi 24

 2.5.Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Pengembangan

Hipotesis 28

 2.5.1.Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan

 Pembelian 28

 2.5.2.Pengaruh Fitur Terhadap Keputusan Pembelian 28

 2.5.3.Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 29

 2.6.Kerangka Pemikiran 30

BAB III METODE PENELITIAN

 3.1.Objek Penelitian 31

 3.2.Populasi dan Sampel 31

 3.2.1.Populasi 31

 3.2.2.Sampel 31

 3.3.Jenis dan Sumber Data 30

 3.4.Metode Pengumpulan Data 32

 3.5.Defenisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel 33

 3.5.1.Defenisi Operasional 33

 3.5.1.1.Keputusan Pembelian 33

 3.5.1.2.Gaya Hidup 35

 3.5.1.3.Fitur 36

 3.5.1.4.Promosi 36

 3.5.2.Skala Pengukuran Variabel 34

 3.6.Teknis Analisis Data 37

 3.6.1.Uji Validitas 38

 3.6.2.Uji Reliabilitas 38

 3.6.3.Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 39

 3.7.Uji Asumsi Klasik 39

 3.7.1.Uji Normalitas 39

 3.7.2.Uji Multikolinearitas 40

 3.7.3.Uji Heteroskedastisitas 40

 3.8.Analisis Regresi Linear Berganda 41

 3.9.Uji Kelayakan Model 41

 3.9.1.Uji F 42

 3.9.2.Uji Koefisien Determinan (R2) 42

 3.10.Uji Hipotesis 43

 3.10.1.Uji T Statisti8k 43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

 4.1.Deskripsi Umum Responden 44

 4.2.Deskriptif Hasil Penelitian 48

 4.3.Uji Validitas dan Reliablitas 52

 4.4.Pengujian Asumsi Klasik 57

 4.5.Hasil Analisa Regresi Linear Berganda 60

 4.6.Koefisien Determinasi (R2) 61

 4.7.Pengujian Hipotesis 62

 4.8.Pembahasan 63

BAB V PENUTUP

 5.1.Kesimpulan 66

 5.2.Keterbatasan Penelitian 67

 5.3.Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 68