

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	ii
<b>ABSTRAK.....</b>	iii
<b>ABSTRACT.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	12
1. Tujuan Penelitian.....	13
2. Kontribusi Penelitian.....	13
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>    HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Pengertian Pemasaran.....	15
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
c. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	18

d. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	21
2. Perilaku Konsumen.....	22
3. Keputusan Pembelian.....	24
4. Harga.....	35
a. Pengertian Harga.....	35
b. Tujuan Penetapan Harga.....	38
c. Dimensi Harga.....	45
5. Gaya Hidup.....	46
a. Pengertian Gaya Hidup.....	46
b. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	47
6. Kualitas Pelayanan.....	48
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	48
b. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	49
c. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	50
7. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	51
B. Kerangka Konseptual.....	54
C. Tinjauan Hipotesis.....	54

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	57
1. Waktu Penelitian.....	57
2. Tempat Penelitian.....	57
B. Desain Penelitian.....	57
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	58
1. Definisi Variabel.....	58
2. Operasional Variabel.....	58

D. Pengukuran Variabel.....	63
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	63
1. Populasi Penelitian.....	63
2. Sampel Penelitian.....	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	64
1. Jenis Data Penelitian.....	65
G. Metode Analisis.....	65
1. Statistik Deskriptif.....	66
2. Uji Kualitas Data.....	66
a. Uji Validitas.....	66
b. Uji Realibilitas.....	67
3. Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Uji Normalitas.....	68
b. Uji Multikolinearitas.....	69
c. Uji Heteroskedastisitas.....	70
4. Model Struktural atau Uji Hipotesis.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
B. Statistik Deskriptif.....	73
1. Jenis Kelamin.....	73
2. Usia.....	74
3. Pengeluaran Perbulan.....	74
4. Sudah Berapa Kali Membeli Produk Tendencies.....	75
C. Deskriptif Jawaban Responden.....	76
1. Variabel Harga.....	76

2. Variabel Gaya Hidup.....	76
3. Variabel Kualitas Pelayanan.....	77
4. Variabel Keputusan Pembelian.....	78
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	78
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	79
a. <i>Convergent Validity</i> .....	79
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	82
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	83
d. <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i> .....	84
2. Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	84
a. Nilai <i>R-Square</i> .....	84
b. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	85
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)..	86
E. Pembahasan .....	87
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian... ..	88
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ..	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN</b> .....	96