

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Kontribusi Penelitian .....	8
<b>MERCU BUANA</b>	
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Manajemen Pemasaran .....	10
2. Pemasaran .....	10
3. Perilaku Konsumen .....	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	10
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
c. Dimensi Perilaku Konsumen.....	15

4. Keputusan Pembelian .....	16
a. Pengertian keputusan Pembelian .....	16
b. Indikator Keputusan Pembelian .....	18
5. Iklan .....	18
a. Pengertia Iklan.....	18
b. Dimensi dan Indikator Iklan.....	19
c. Tujuan iklan.....	20
6. Gaya Hidup .....	20
a. Pengertian Gaya Hidup .....	20
b. Dimensi dan Indikator Gaya Hidup .....	21
7. Citra Merek .....	21
a. Pengertian Citra Merek .....	21
b. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	22
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	23
8. Penelitian Terdahulu .....	23
B. Rerangka Pemikiran .....	28
C. Hipotesis .....	29

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
B. Desain Penelitian.....	32
C. Operasional Variabel.....	34
D. Pengukuran Variabel .....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36

1. Populasi .....	36
2. Sampel .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data .....	37
G. Jenis Data Penelitian .....	38
H. Metode Analisis Data .....	38
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	39
a. <i>Convergent Validity</i> .....	39
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	39
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Crobach's Alpha</i> .....	40
d. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	40
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	40

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
B. Hasil Uji Deskriptif .....	42
1. Karakteristik Profil Responden .....	42
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	44
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	45
1. Variabel Iklan.....	45
2. Variabel Gaya Hidup .....	46
3. Variabel Citra Merek .....	47
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	48

D. Metode Analisis Data .....	48
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	49
a. <i>Convergent Validity</i> .....	48
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	54
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	55
d. Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> ) ...	56
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	57
a. Nilai R-square .....	58
b. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	58
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estmasi Koefisien Jalur) .....	59
E. Pembahasan .....	62
1. Pengaruh Iklam Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian.....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	67
<b>LAMPIRAN</b> .....	71