

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Pengertian pemasaran.....	14
2. Manajemen Pemasaran.....	15
3. Gaya Hidup	17
a. Pengertian Gaya Hidup.....	17
b. Alat Ukur Gaya Hidup.....	18
4. Citra Merek	21
a. Merek.....	21
b. Pengertian Citra Merek.....	22
c. Faktor-faktor pendukung terbentuknya citra merek	23
d. Tujuan Pemberian Merek	25
e. Membangun Citra Merek.....	25
f. Manfaat Citra Merek	26
g. Dimensi Citra Merek	29

h. Komponen Citra Merek	30
5. Kualitas Produk	31
a. Pengertian Kualitas Produk	31
b. Dimensi Kualitas Produk	33
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	34
6. Keputusan Pembelian	37
a. Definisi keputusan pembelian	37
b. Peran dalam pembelian	38
c. Jenis-jenis perilaku pembelian	39
d. Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian	40
e. Faktor – Faktor Keputusan Pembelian	43
f. Struktur Keputusan membeli	44
B. Penelitian Terdahulu	46
C. Rerangka Konseptual	49
D. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan tempat penelitian	51
1. Waktu Penelitian	51
2. Tempat Penelitian	51
3. Visi dan Misi	52
a. Visi	52
b. Misi	52
B. Desain penelitian	52
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	54
1. Variabel penelitian	54
2. Operasionalisasi Variabel	55
D. Pengukuran Variabel	57
E. Populasi dan Sampel Penelitian	58
1. Populasi	58
2. Sampel	59
F. Teknik Pengumpulan Data	60

1. Data Primer	60
2. Data Sekunder	60
G. Metode Analisis Data.....	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas.....	61
3. Metode Statistik.....	63
4. Tahap-tahap Dalam SEM	64
a. Konseptualisasi Model	64
b. Penyusunan Diagram Alur (Path Diagram).....	66
c. Penilaian Model Fit	67
5. Pengujian Hipotesis.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	69
B. Karakteristik Responden.....	69
1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	70
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	71
1. Analisis Deskriptif Gaya Hidup	71
2. Analisis Deskriptif Citra Merek.....	73
3. Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	74
4. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	76
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	77
1. Uji Validitas dan Reabilitas Gaya Hidup	78
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek.....	81
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk	84
4. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian	87
E. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	90
F. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	94
G. Pengujian Hipotesis Penelitian	96
H. Analisis Hasil Penelitian	97
1. Analisis Variabel Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	97

2. Analisis Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	98
3. Analisis Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106

