DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

ABSTRACT iii

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah 16

1.2.1. Identifikasi 16

1.2.2. Rumusan Masalah 17

1.3. Maksuddan Tujuan Penelitian 18

1.3.1. Maksud Penelitian 18

1.3.2. Tujuan Penelitian 18

1.4. Kegunaan Penelitian 19

1.4.1. Kegunaan Praktis 19

1.4.2. Kegunaan Akademis 20

1.5.Lokasi Dan Waktu Penelitian 20

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 22

2.1.1.Gaya Hidup 22

2.1.1.1 Definisi Gaya Hidup 22

2.1.1.2 Pengukuran Gaya Hidup konsumen 23

2.1.1.3 Indikator Gaya Hidup 24

2.1.2. *Brand Image* 25

2.1.2.1 Definisi *Brand Image* 25

2.1.2.2 Indikator *Brand Image* 26

2.1.3. Keputusan Pembelian Konsumen 28

2.1.3.1 Definisi Pengambilan Keputusan Pembelian 28

2.1.3.2 Proses Tahapan Keputusan Pembelian 29

2.1.4. Hasil Penelitian 30

2.2. Kerangka Pemikiran 33

2.2.1. Keterkaitan Antara *Gaya Hidup*

Dengan Keputusan Pembelian 33

2.2.2. Keterkaitan Antara Brand Image Dengan

Keputusan Pembelian 35

2.2.3. Keterkaitan Gaya Hidup dan *Brand*

Image Dengan Keputusan Pembelian 35

2.3. Hipotesis 36

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian 38

3.2. Metode Penelitian 38

3.2.1. Desain Penelitian 39

3.2.2. Operasianalisasi Variable 39

3.2.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data 42

3.2.3.1. Sumber Data 44

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data 44

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data 47

3.2.4.1. Uji Validitas 49

3.2.4.2. Uji Reliabilitas 52

3.2.5. Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis 54

3.2.5.1. Rancangan Analisis 54

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis 60

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian. 65

4.1.1 Sejarah Perusahaan Atlantic Celluler 65

4.1.2 Struktur Organisasi 67

4.1.3 Uraian Jabatan 67

4.1.4 Kegiatan Perusahaan 70

4.2 Hasil Penelitian 71

4.2.1 Karakteristik Responden 71

4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 72

4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia 73

4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan 74

4.2.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan 74

4.2.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran 75

4.2.7 Distribusi Responden Berdasarkan Besar Pengeluaran Pulsa/Bulan 76

4.3 Analisis Deskriptif 77

4.3.1 Analisis Deskriptif Gaya Hidup 78

4.3.2 Analisis Deskriptif *Brand Image* *85*

4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Samsung S6 92

4.2.3 Analisis Verifikatif 98

4.2.3.1 Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Samsung S6 pada Atlantic Celluler Bandung 98

4.2.3.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian Samsung S6 103

4.2.3.3. Analisis Korelasi Parsial Antara *Brand Image* dengan Keputusan Pembelian Samsung S6 104

4.2.3.4. Analisis Koefisien Determinasi 104

4.3. Pengujian Hipotesis 107

4.3.1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 107

4.3.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 109

4.3.2.1.Pengujian X_1 (Gaya Hidup) 109

4.3.2.2. Pengujian X_2 (*Brand Image*) 111

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 114

5.2 Saran 116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN