DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTO iii

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 8

1.2.1 Identifikasi Masalah 8

1.2.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Praktis 9

1.4.2 Kegunaan Akademis 10

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 10
1.5.1 Lokasi Penelitian 10
1.5.2 Waktu Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 12
2.1.1 Gaya Hidup 12
2.1.1.1 Pengertian Gaya Hidup 12
2.1.1.2 Kategori Gaya Hidup 13
2.1.1.3 Nilai Gaya Hidup 14
2.1.1.4 Indikator Gaya Hidup 14
2.1.2 Pelaksanaan Periklanan 15
2.1.2.1 Pengertian Periklanan 15
2.1.2.2 Media Periklanan 16
2.1.2.3 Indikator Periklanan 16
2.1.3 Keputusan Pembelian 17
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 17
2.1.3.2 Proses Pengambilan Keputusan 18
2.1.4 Hasil Penelitian Sebelumnya 20
2.2 Krangka Pemikiran 22
2.2.1 Hubungan Antara Gaya Hidup terhadap Keutusan Pembelian 24
2.2.2 Hubungan Antara Promos Produk terhadap Keputusan

Pembelian 25

2.3 Hipotesis 27

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 28

3.2 Metode Penelitian 28

3.2.1 Desain Penelitian 30

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 34

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 39

3.2.3.1 Sumber Data 39

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 40

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 42

3.2.4.1 Uji Validitas 44

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 47

3.2.4.3 Uji MSI 50

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 52

3.2.5.1 Rencana Analisis 52

3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif 52

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 53

3.2.5.1.3 Analisis Regresi Linear Sederhana 54

3.2.5.2.3.1 Uji Normalitas 54

3.2.5.2.3.2 Uji Multikolinieritas 55

3.2.5.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas 56

3.2.5.1.4 Analisis Korelasi Parsial 56
3.2.5.1.5 Koefisiensi Determinasi 59
3.2.5.2 Pengujian HipotesisP 60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 63
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 63
4.1.1.1 Profil Perusahaan 66
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 69
4.2 Karakteristik Responden 70
4.3 Analisis Deskriptif 73
4.3.1 Hasil Analisis Gaya Hidup 73
4.3.2 Hasil Analisis Perlaksanaan Periklanan 78
4.3.3 Hasil Analisis Keputusan Pembelian 83
4.4 Analisis Verifikatif 90
4.4.1 Persamaan Regresu Linier Sederhana 90
4.4.2 Uji Asumsi Klasik 94
4.4.2.1 Uji Normalitas 94
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas 96
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas 98
4.4.3 Analisis Korelasi 99
4.4.3.1 Korelasi Secara parsial antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian 100
4.4.3.2 Korelasi Secara Parsial antara Pelaksanaan Periklanan dengan

Keputusan Pembelian 101
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi 103
4.4.5 Pengujian Hipotesis 105
4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian 105
4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial Pelaksanaan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian 107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 110
5.2 Saran 112
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN – LAMPIRAN