

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL BAGIAN LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL BAGIAN DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Kegunaan Penelitian .....	6
F. Pembatasan Masalah.....	7
G. Definisi Operasional .....	8
H. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Citra Merek .....	11
1. Definisi citra merek ( <i>brand image</i> ).....	11
2. Komponen-komponen citra merek .....	12
3. Dimensi citra merek .....	13
4. Faktor-faktor yang membentuk citra merek .....	14
B. Kualitas Produk .....	15
C. Gaya Hidup ( <i>lifestyle</i> ).....	19
1. Pengertian gaya hidup ( <i>lifestyle</i> ).....	19
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup ( <i>lifestyle</i> ).....	20
3. Indikator <i>lifestyle</i> ( <i>gaya hidup</i> ).....	24
D. Keputusan Pembelian .....	26
1. Definisi keputusan pembelian.....	26
2. Indikator dalam keputusan pembelian .....	27
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	29
E. Penelitian Terdahulu .....	33
F. Kerangka Konseptual.....	35
G. Hipotesis penelitian .....	36
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Jenis metode penelitian.....	38
B. Populasi, sampling dan sampel penelitian .....	38
C. Sumber data, variabel dan skala pengukurannya.....	40

1. Sumber data .....	40
2. Variabel.....	41
D. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian .....	42
1. Teknik pengumpulan data.....	42
2. Instrumen penelitian.....	43
E. Teknik analisis data .....	45
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran umum objek penelitian.....	55
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	59
C. Analisis Data.....	64
<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Kalangan Mahasiswa UIN Sayyid Rahmatullah Tulungagung.....	74
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Kalangan Mahasiswa UIN Sayyid Rahmatullah Tulungagung.....	76
C. Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Kalangan Mahasiswa UIN Sayyid Rahmatullah Tulungagung.....	78
D. Citra Merek (brand image), Kualitas Produk dan <i>Lifestyle</i> (gaya hidup) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone di Kalangan Mahasiswa UIN Sayyid Rahmatullah Tulungagung.....	79
<b>BAB VI: PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>