

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah	12
H. Sistematikan Pembahasan	15
BAB II: LANDASAN TEORI.....	17
A. Landasan Teori	17
1. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	17
2. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	20
3. Promosi	23
4. Gaya Hidup	25
5. Keputusan Pembelian Konsumen	27
B. Kajian Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Konseptual	35
D. Hipotesis Penelitian	37

BAB III: METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	42
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	45
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	47
E. Analisis Data	53
F. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV: HASIL PENELITIAN.....	60
A. Deskripsi Data	60
B. Analisis Data	68
BAB V: PEMBAHASAN.....	83
A. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	83
B. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	85
C. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	88
D. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	90
E. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Awareness</i> , Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	92
BAB VI: PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 4.1 Distribusi Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel 4.2 Distribusi Variabel <i>Brand Awareness</i>	62
Tabel 4.3 Distribusi Variabel Promosi	63
Tabel 4.4 Distribusi Variabel Gaya Hidup.....	65
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel.....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup.....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.13 Uji Normalitas	74
Tabel 4.14 Uji Heterokedastisitas	75
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4.16 Uji t.....	78
Tabel 4.17 Uji F	80
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	21
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Kuesioner pada Google Form
- Lampiran 3: Nilai Jawaban Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4: Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 7: Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8: Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9: Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10: Surat Pernyataan Keaslian
- Lampiran 11: Bukti Kartu Bimbingan
- Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup