

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak.....	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	18
1. Perilaku konsumen	18
2. Keputusan Pembelian	21
3. Gaya Hidup.....	27
4. Kelompok Referensi.....	30
5. Promosi.....	34
6. Harga	37
B. Hubungan Antar Variabel.....	39
C. Penelitian Terdahulu	41
D. Kerangka konseptual.....	47

E. Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian.....	51
C. Sumber Data, Variable Dan Skala Pengukuran	53
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument Penelitian.....	55
E. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Profil Objek Penelitian.....	63
1. Gambaran Umum Perusahaan	63
2. Visi dan Misi Perusahaan	64
B. Karakteristik Responden.....	64
C. Deskripsi Variabel Penelitian	68
D. Hasil Analisis Data	82
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu <i>Sneakers</i> Pada Toko Jeensneakers Kota Blitar.....	97
B. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu <i>Sneakers</i> Pada Toko Jeensneakers Kota Blitar	98
C. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu <i>Sneakers</i> Pada Toko Jeensneakers Kota Blitar	101
D. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu <i>Sneakers</i> Pada Toko Jeensneakers Kota Blitar	102
E. Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu <i>Sneakers</i> Pada Toko Jeensneakers Kota Blitar.....	105
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN DAN DOKUMENTASI	