

DAFTAR ISI

COVER.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJIPERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRAC</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penegasan Istilah	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Perilaku Konsumen	13
B. Keputusan Pembelian	17
C. Konsep Harga	23
D. <i>E-Word Of Mouth</i>	35
E. Fashion Lifestyle	38

F. Penelitian Terdahulu	51
G. Kerangka Konseptual	59
H. Hipotesis Penelitian.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	63
A.Pendekatan dan Jenis Penelitian	63
B.Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	64
C.Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	66
D Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	68
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
F. Asumsi Klasik.....	72
G.Uji Regresi Linier Berganda	74
BAB IV PEMAPARAN DATA.....	77
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	77
B.Pengujian Instrumen Data	85
BAB V PEMBAHASAN.....	102
A..... Pengaruh Harga, <i>E-Word Of Mouth</i> dan <i>Fashion Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roughneck (Studi Kasus: Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)	102
B.....Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Pada Produk Roughneck	103
C... Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Pada Produk Roughneck	105
D.....Pengaruh <i>Fashion Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Pada Produk Roughneck	106
BAB VI PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

2.1 Inventarisasi Gaya Hidup	45
3.1 Jumlah Mahasiswa Febi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Semester Genap	64
3.2 Skala Pengukuran Likert	67
3.3 Instrumen Penelitian	69
4.1 Karakteristik berdasarkan Program Studi	78
4.2 Karakteristik berdasarkan Semester	78
4.3 Harga X1	79
4.4 <i>Word Of Mouth</i> (X2)	81
4.5 <i>Fashion Lifestyle</i> (X3)	82
4.6 Keputusan Pembelian (Y)	83
4.7 Uji Validitas Harga X1	85
4.8 Uji Validitas <i>E-Word Of Mouth</i> X2	86
4.9 Uji Validitas <i>Fashion Lifestyle</i>	87
4.10 Uji Validitas Keputusan Pembelian Y	88
4.11 Hasil Uji Realibilitas	89
4.12 Hasil Uji Normalitas	90
4.13 Uji Multikolinieritas	92
4.14 Uji Auto Korelasi	93
4.15 Regresi Linier Berganda	94
4.16 Uji F	96
4.17 Uji T	97
4.18 Uji Koefisiensi Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

2.1	Tahap Keputusan Konsumen	19
2.2	Kurva Keseimbangan Harga	26
2.2	Kerangka Konseptual	59
4.1	Uji Heterokedastisitas Scatterplot	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	116
Lampiran 2: Uji Autorelasi	120
Lampiran 3: Uji Heterokedastisitas	122
Lampiran 4: Uji Multikolinieritas	124
Lampiran 5: Uji Normalitas	125
Lampiran 6: Uji Realibitas	126
Lampiran 7: Uji T	127
Lampiran 8: Uji Validitas	128
Lampiran 9: Kartu Kendali Bimbingan	129
Lampiran 10: Daftar Riwayat Hidup	140