

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	15
2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.1.2 Brand Image.....	19
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	19
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Image	20
2.1.2.3 Indikator Brand Image.....	20
2.1.3 Gaya Hidup	21
2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup.....	21
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	22

2.1.3.3 Indikator Gaya Hidup	24
2.2 Penelitian Relevan	24
2.3 Kerangka Berfikir	28
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Uji Instrumen Penelitian	38
3.5.1 Uji Validitas Angket	38
3.5.2 Uji Reliabilitas	39
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7 Uji Asumsi Klasik	40
3.7.1 Uji Normalitas	41
3.7.2 Uji Multikolinearitas	41
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	41
3.8 Uji Hipotesis	42
3.7.1 Uji Simultan (Uji <i>F</i>)	42
3.7.2 Uji Parsial (Uji <i>t</i>)	42
3.7.3 Koefisien Determinan (R^2)	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	44
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Profil Responden	47

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.4 Uji Instrumen Penelitian	53
4.4.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	53
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.5.1 Uji Normalitas	56
4.5.2 Uji Multikolinearitas	58
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	59
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.7 Uji Hipotesis	62
4.7.1 Uji t.....	62
4.7.2 Uji f.....	63
4.7.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	64
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian iPhone	65
4.8.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone	66
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75