

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Hipotesis.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Manajemen	18
B. Manajemen Pemasaran	26
C. Keputusan Pembelian.....	35
D. Gaya Hidup.....	42
E. Sikap Konsumen.....	45

BAB III METODELOGI PENELITIAN	48
A. Metode Penelitian.....	48
B. Populasi Dan Sampel.....	49
C. Jenis Data.....	51
D. Devinisi Variable Dan Operasional Variable	52
E. Teknik Pengumpulan Data	55
F. Metode Analisis	59
1. Uji Instrumen	59
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
3. Uji Hipotesis.....	64
G. Lokasi Dan Waktu Penelitian	68
BAB IV HASIL PENLITIAN DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran umum objek penelitian	70
B. Gambaran umum tempat penelitian	71
1. Profil universitas islam negeri sunan gunung djati bandung	71
2. Sejarah universitas islam negeri sunan gunung djati.....	72
3. Sejaah program studi manajemen uin sunan gunung djti bandung ...	74
C. Konsep perolehan data	75
D. Hasil penyebaran kuesioner	77
E. Analisis statistic deskriptif.....	78
F. Pengolahan data deskriptif.....	81
1. Tenggapan responden mengenai gaya hidup	81

2. Tenggapan responden mengenai sikap konsumen	83
3. Tenggapan responden mengenai keputusan pembelian.....	85
G. Hasil penelitian	88
1. Uji instrument.....	88
2. Analisis regresi linier berganda.....	93
3. Uji hipotesis	95
H. Pembahasan hasil penelitian.....	101
1. Pengaruh gaya hidup (x_1) terhadap keputusan pembelian (y).....	101
2. Pengaruh sikap konsumen (x_2) terhadap keputusan pembelian (y)..	103
3. Pengaruh gaya hidup (x_1) dan sikap konsumen (x_2) terhadap keputusan pembelian (y)	105
BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi Pada Tahun 2017	5
Table 1.3 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Penelitian	54
Tabel 3.2 Kaidah Kuesioner Arikunto	57
Tabel 3.3 Kaidah Reliabilitas Tritton	63
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	69
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Analisis Statistik Deskriptif	79
Tabel 4.2 Kriteria Interpretasi Skor	81
Tabel 4.3 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Gaya Hidup	82
Tabel 4.4 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Sikap Konsumen	84
Tabel 4.5 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Keputusan Pembelian	86
Tebel 4.6 Uji Validitas Gaya Hidup (X1)	88
Tabel 4.7 Uji Validitas Sikap Konsumen (X2)	89

Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	90
Tabel 4.9 Kaidah Realibilitas Tritton.....	91
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Realibilitas Gaya Hidup (X1)	92
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Realibilitas Sikap Konsumen (X2)	92
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Realibilitas Keputusan Pembelian (Y)	93
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	94
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F)	99
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R ²)	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Teoritis	12
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	40
Gambar 3.1 Garis Kontinum	58
Gambar 4.1 Konsep Perolehan Data Gaya Hidup	75
Gambar 4.2 Konsep Perolehan Data Sikap Konsumen	76
Gambar 4.3 Konsep Perolehan Data Keputusan Pembelian	77
Gambar 4.4 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78

