

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Hasil Penelitian.....	11
E. Kerangka Berfikir	12
F. Hipotesis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Konsep dan Teori <i>Mindset</i>	21
1. Pengertian <i>Mindset</i>	21
2. Alasan Utama Pentingnya <i>Mindset</i> dalam Hidup	22

3. Macam-macam <i>Mindset</i>	23
4. Cara Mengembangkan <i>Growuth Mindset</i>	27
C. Konsep dan Teori <i>Way Of Life</i>	29
1. Pengertian <i>Way Of Life</i>	29
2. Penjelasan Konsep dan Teori <i>Way Of Life</i>	30
D. Konsep dan Teori <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	33
1. Pengertian <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	33
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup	33
1. Faktor Internal	34
2. Faktor Ekternal	35
3. Jenis-jenis Gaya Hidup	36
E. Konsep dan Teori Keputusan Pembelian.....	39
1. Pengertian Keputusan Pembelian	39
2. Proses Pengambilan Keputusan	40
3. Indikator Keputusan Pembelian	42
4. Strategi Pemasaran dan Proses Keputusan Konsumen	46
5. Strategi Pemasaran dan Kesejahteraan Konsumen	50
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	55
B. Operasional Variabel Penelitian	56
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	58
D. Teknik Pengumpulan Data	61

	E. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
	F. Jenis Data	67
	G. Rancangan Analisis Deskripsi dan Uji Hipotesis.....	71
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
	A. Kondisi Objek Lokasi Penelitian	73
	1. Gambaran Umum Konsumen	73
	a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
	b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
	c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	75
	B. Pengaruh <i>Mindset</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Brand Annara di Agen Kota Bandung secara Parsial	78
	C. Pengaruh <i>Way Of Life</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Brand Annara di Agen Kota Bandung secara Parsial	81
	D. Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Brand Annara di Agen Kota Bandung secara Parsial.....	83
	E. Pengaruh <i>Mindset, Way Of Life</i> dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen pada Brand Annara di Agen Kota Bandung secara Simultan	85
BAB V	PENUTUP	98

A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
BIOGRAFI PENELITI	104
LAMPIRAN	

