

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Kerangka Pemikiran .....	11
G. Penelitian Terdahulu .....	13
H. Hipotesis .....	15
I. Model Penelitian.....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
A. Manajemen .....	18
1. Pengertian Manajemen.....	18
2. Fungsi Manajemen .....	18
3. Peran Manajemen.....	21

4. Unsur- Unsur Manajemen .....	22
5. Bidang- Bidang Manajemen.....	22
B. Manajemen Pemasaran .....	24
1. Pengertian Pemasaran .....	24
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	26
C. Citra Merek .....	28
1. Pengertian Citra Merek .....	28
2. Dimensi Citra Merek .....	29
D. Gaya Hidup .....	30
1. Pengertian Gaya Hidup .....	30
2. Dimensi Gaya Hidup.....	31
E. Keputusan Pembelian.....	34
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	35

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 40**

A. Metode Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian .....	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel.....	42

D.	Jenis dan Sumber Data .....	43
1.	Jenis Data .....	43
2.	Sumber Data .....	43
E.	Variabel Penelitian .....	43
1.	Variabel Independen (X).....	43
2.	Variabel Dependent (Y) .....	44
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	46
G.	Teknik Analisis Data .....	46
1.	Uji Validitas .....	47
2.	Uji Reliabilitas.....	47
3.	Statistik Deskriptif.....	49
4.	Analisis Korelasi .....	49
5.	Analisis Regresi Berganda .....	50
6.	Uji Hipotesis.....	51
H.	Tempat dan Jadwal Penelitian .....	53
a.	Lokasi Penelitian.....	53
b.	Jadwal Penelitian.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>55</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
1.	Profil Levi's.....	55

2. Sejarah Levi Staurus.....	56
B. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	59
1. Profil Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung .	59
2. Sejarah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	60
C. Data Responden .....	62
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	63
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	64
D. Hasil Penelitian .....	66
1. Uji Validitas .....	66
2. Uji Reabilitas.....	69
3. Statistik Deskriptif.....	72
4. Analisis Korelasi.....	73
5. Regresi Berganda.....	75
6. Uji Hipotesis .....	77
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
1. Pengaruh Citra Merek ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	81
2. Pengaruh Gaya Hidup ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	82
3. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	83

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Celana Jeans Terkenal di Indonesia .....	5
Tabel 1.2 Hasil Mini Survei .....	6
Tabel 1.3 Top Brand Index.....	8
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Oprasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Kaidah Reabilitas Tritton.....	49
Tabel 3.3 Kriteria Inteerpretasi Skor.....	50
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	64
Tabel 4.4 Uji Validitas Citra Merek (X <sub>1</sub> ).....	66
Tabel 4.5 Uji Validitas Gaya Hidup (X <sub>2</sub> ).....	67
Tabel 4.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4.7 Kaidah Reliabilitas Tritton.....	70
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Citra Merek (X <sub>1</sub> ) .....	70
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas Gaya Hidup (X <sub>2</sub> ).....	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif.....	72
Tabel 4.12 Kriteria Interpretasi Skor .....	73
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Korelasi.....	74

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Regresi Berganda.....	75
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F) .....	80
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian.....	17
Gambar 2.1 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap .....	39

