

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI .....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Hipotesis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Manajemen.....	12
1. Pengertian Manajemen.....	12
2. Fungsi Manajemen .....	13
3. Peran Manajemen.....	16
B. Manajemen Pemasaran.....	17
1. Pengertian Pemasaran .....	17
2. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	19
3. Orientasi Perusahaan terhadap Pasar .....	19
4. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....	20
5. Iklan .....	23
C. Gaya Hidup .....	24

1.	Pengertian Gaya Hidup.....	24
2.	Dimensi Gaya Hidup .....	25
3.	Definisi Operasional Variabel .....	25
4.	Pengukuran Gaya Hidup Konsumen.....	26
5.	Menggunakan Karakteristik Gaya Hidup dalam Strategi Pemasaran.	27
6.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	28
D.	Persepsi Kualitas .....	31
1.	Pengertian Kesan Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	31
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Quality</i> (Kesan Merek) 33	
3.	Membangun <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas) .....	34
E.	Keputusan Pembelian.....	36
1.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	36
2.	Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....	37
3.	Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian .....	40
4.	Indikator Keputusan Pembelian.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		42
A.	Metode Penelitian.....	42
B.	Populasi dan Sampel .....	43
1.	Populasi.....	43
2.	Sampel .....	44
C.	Jenis dan Sumber Data .....	45
1.	Data Primer .....	45
2.	Data Sekunder.....	46
D.	Variabel dan Definisi Penelitian .....	46
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
F.	Teknik Pengolahan data .....	49
1.	Uji Validitas .....	50
2.	Uji Reliabilitas .....	50
3.	Statistik Deskriptif .....	51
4.	Analisis Linear Berganda.....	52
G.	Uji Hipotesis .....	53

1.	Analisis Korelasi.....	53
2.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t) .....	54
3.	Uji Signifikan Simultan (F-test) .....	55
4.	Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	56
H.	Jadwal dan Tempat Penelitian.....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
A.	Profil PT. Eigerindo Multi Produk Industri .....	58
1.	Sejarah Eiger.....	58
2.	Struktur Organisasi .....	59
B.	Hasil Penyebaran Kuesioner.....	61
1.	Profil Responden.....	61
2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
C.	Metode Analisis Data .....	67
1.	Hasil Uji Validitas.....	67
2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	69
3.	Statistik Deskriptif .....	71
4.	Uji Hipotesis .....	74
a.	Analisis Korelasi .....	74
b.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
c.	Hasil Uji T .....	78
d.	Hasil Uji F.....	79
e.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
a.	Pengaruh Gaya Hidup ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	81
b.	Pengaruh Persepsi Kualitas ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	82
c.	Pengaruh Gaya Hidup ( $X_1$ ) Dan Persepsi Kualitas ( $X_2$ ) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>85</b>
A.	Kesimpulan .....	85
B.	Saran.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Manajemen .....	44
Tabel 3.2 Populasi Peneletian .....	44
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.4 Skala Likert .....	50
Tabel 3.5 Kaidah Reliabilitas Tritton.....	52
Tabel 3.6 Kriteria Presentase Tanggapan Responden.....	53
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor .....	53
Tabel 3.8 Rancangan Jadwal Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Jurusan Manajemen .....	61
Tabel 4.2 Gambaran Mengenai Gaya Hidup.....	62
Tabel 4.3 Gambaran Mengenai Persepsi Kualitas .....	64
Tabel 4.4 Gambaran Mengenai Keputusan Pembelian .....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup ( $X_1$ ) .....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas ( $X_2$ ).....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4.8 Kaidah Reliabilitas Tritton.....	69
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reabilitas Gaya Hidup ( $X_1$ ).....	70
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reabilitas Persepsi Kualitas ( $X_2$ ).....	70
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.12 Data Deskriptif Total Skor .....	71
Tabel 4.13 Kriteria Persentase Tanggapan Responden.....	72
Tabel 4.14 Kriteria Interpretasi Skor .....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi.....	75
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F) .....	80
Tabel 4.19 Hasil Analisis Determinasi .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis. ....	10
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	59

