

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Perilaku Konsumen	16
2.1.2 Keputusan Pembelian	28
2.1.3 Gaya Hidup.....	33

2.1.3.1 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Mewah.....	43
2.1.4 Status Sosial	44
2.1.4.1 Hubungan Status Sosial dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Mewah.....	51
2.1.5 Kesadaran Merek.....	53
2.1.5.1 Hubungan Kesadaran Merek dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Mewah	58
2.1.6 Persepsi Kualitas	60
2.1.6.1 Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Mewah.....	65
2.1.7 Kebutuhan akan Keunikan	67
2.1.7.1 Hubungan Kebutuhan akan Keunikan dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Mewah	72
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	74
BAB III METODE PENELITIAN	77
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	77
3.1.1 Variabel Penelitian.....	77
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	78
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	82
3.2.1 Populasi.....	82
3.2.2 Sampel	82
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	84
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	85
3.4.1 Pengumpulan Data Primer	85

3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder.....	86
3.5 Metode Analisis	87
3.5.1 Analisis Deskriptif	87
3.5.2 Uji Instrumen	87
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	89
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
3.5.5 Uji Kelayakan Model.....	93
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	96
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	96
4.1.1 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	96
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	98
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan	100
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	101
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Penghasilan	102
4.1.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Produk Fashion Mewah yang Dibeli	104
4.1.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Merek Produk Fashion Mewah yang Dibeli	105
4.2 Analisis Data.....	107
4.2.1 Uji Instrumen	107
4.2.1.1 Uji Validitas	107
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	109
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	110
4.2.2.1 Uji Normalitas	110

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	113
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	115
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda	117
4.2.4 Uji Kelayakan Model	119
4.2.4.1 Uji Koefisien Determinasi	119
4.2.4.2 Uji Statistik F	120
4.2.4.3 Uji Statistik T	122
4.3 Interpretasi Hasil	125
4.3.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	125
4.3.2 Pengaruh Status Sosial terhadap Keputusan Pembelian	125
4.3.3 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	126
4.3.4 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	127
4.3.5 Pengaruh Kebutuhan akan Keunikan terhadap Keputusan Pembelian	127
BAB V PENUTUP	129
5.1 Simpulan	129
5.2 Implikasi Kebijakan	131
5.3 Keterbatasan Penelitian	136
5.4 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	144