

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	17
1.5.1 Kegunaan teoritis	17
1.5.2 Kegunaan Praktisi	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Rangkuman Teori	18

2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.1.3. Brand Image	21
2.1.4. Lifestyle	22
2.1.5. Perceived Value	24
2.1.6. Purchase Intention	25
2.1.7 Hubungan Brand Image Terhadap Purchase Intention	27
2.1.8 Hubungan Lifestyle Terhadap Purchase Intention.....	27
2.1.9 Hubungan Perceived Values Terhadap Purchase Intention	28
2.1.10 Hubungan Brand Image, Lifestyle, dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.4 Hipotesis Penelitian.....	46
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
3.2.1 Operasional Variabel	48
3.2.2 Skala Pengukuran.....	53
3.3 Tahapan Penelitian.....	54
3.4 Populasi dan Sample	56
3.4.1 Populasi.....	56
3.4.2 Sampel	57
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	58
3.5.1 Sumber Data.....	58

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	59
3.6.1 Uji Validitas.....	59
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	62
3.7 Teknik AnalisisData dan Pengujian Hipotesis.....	63
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	63
3.7.2 Methode of Succesive Interval (MSI).....	65
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
3.9 Pengujian Hipotesis.....	67
3.9.1 Uji T (Parsial).....	67
3.9.2 Uji F (Simultan).....	68
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	69
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Karakteristik Responden.....	71
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pembelian Produk Fashion.....	73
4.2 Hasil Penelitian.....	73
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	73
4.2.2 Method Of Successive Interval (MSI).....	87
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.2.3 Analisis Regesi Linear Berganda.....	91
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	92

4.3 Hasil Analisis dan Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
5.2.1. Saran Bagi Perusahaan	106
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112