

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Pendahuluan	14
1.1.1 Profil Umum Perusahaan	14
1.2 Latar Belakang	16
1.3 Rumusan Masalah	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	25
1.5 Batasan Masalah.....	25
1.6 Kegunaan Penelitian.....	25
1.7 Sistematika Penelitian	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Landasan Teori	27
2.1.1 Pemasaran	27
2.1.2 <i>Brand Equity</i>	28
2.1.3 Dimensi <i>Brand Equity</i>	29
2.1.4 <i>Lifestyle</i>	33
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Lifestyle</i>	33
2.1.6 Dimensi <i>Lifestyle</i>	34
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	35
2.1.8 Keputusan Pembelian	35
2.1.9 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	36
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.2.1 Hubungan antara <i>Brand Equity</i> dengan Keputusan Pembelian	38
2.2.2 Hubungan antara <i>Lifestyle</i> dengan Keputusan Pembelian	38

2.2.3	Hubungan antara <i>Brand Equity</i> dan <i>Lifestyle</i> dengan Keputusan Pembelian	39
2.3.1	Skripsi Terdahulu	40
2.3.2	Jurnal Nasional Terdahulu	43
2.3.3	Jurnal Internasional Terdahulu	48
2.3	Kerangka Pemikiran	51
2.4	Hipotesis Penelitian	52
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	52
BAB III	METODE PENELITIAN	53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.2	Variable Oprasional.....	53
3.3	Skala Pengukuran	58
3.4	Tahapan Penelitian	59
3.5	Populasi dan Sampel	59
3.5.1	Populasi.....	59
3.5.2	Sampel	59
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6.1	Data Primer	61
3.6.2	Data Sekunder	61
3.7	Teknik Pengujian Data.....	61
3.7.1	Uji Validitas.....	61
3.7.2	Uji Reabilitas.....	62
3.8	Teknik Analisis Data.....	63
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	63
3.8.2	<i>Method of Succesive Internal</i> (MSI).....	64
3.8.3	Analisis Linear Berganda.....	65
3.8.4	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.8.5	Uji Multikonearitas.....	66
3.8.6	Uji Heterokedastisitas	66
3.9	Uji Hipotesis.....	67
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	67
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f).....	68
3.9.2	Koefisien Determinasi	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70

4.1	Karakteristik Responden	70
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per-bulan	71
4.2	Hasil Penelitian	72
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	72
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	82
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	84
4.2.4	Uji Hipotesis.....	85
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	88
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	88
4.3.1	Variabel <i>Brand Equity</i>	88
4.3.2	Variabel <i>Lifestyle</i>	89
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	89
4.3.4	Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sneakers Nike Dikalangan Mahasiswa Telkom University	89
4.3.5	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sneakers Nike Dikalangan Mahasiswa Telkom University	89
4.3.6	Pengaruh <i>Brand Equity</i> dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sneakers Nike Dikalangan Mahasiswa Telkom University	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	91
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	92
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	100