

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Profil PT. Eigerindo Multi Produk Industri | 1 |
| 1.1.2 Visi, Misi dan Nilai PT. Eigerindo Multi Produk Industri..... | 2 |
| 1.2 Latar Belakang Masalah | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 11 |
| 1.7 Waktu dan Periode Penelitian | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 12 |
| 2.1.1 Pemasaran | 12 |
| 2.1.2 Bauran pemasaran | 12 |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen | 12 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 14 |
| 2.1.5 <i>Fashion dan Trend Fashion</i> | 15 |
| 2.1.6 Generasi Z | 15 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 16 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.3 | Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| 2.4 | Kerangka Penelitian | 25 |
| 2.5 | Hipotesis Penelitian..... | 25 |
| 2.6 | Ruang Lingkup Penelitian | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 27 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 27 |
| 3.2 | Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran | 27 |
| 3.2.1 | Variabel Penelitian | 27 |
| 3.2.2 | Skala Pengukuran..... | 30 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 30 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 31 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 31 |
| 3.5 | Teknik Sampling | 32 |
| 3.6 | Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| 3.7 | Uji Validitas dan Uji Realibilitas | 33 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 33 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 33 |
| 3.8 | Teknik Analisis Deskriptif | 34 |
| 3.8.1 | Analisis Deskriptif | 34 |
| 3.8.2 | Uji Asumsi Klasik..... | 35 |
| 3.8.3 | Analisis Regresi Linier Berganda | 37 |
| 3.8.4 | Uji Hipotesis | 37 |
| 3.8.5 | Koefisien Determinasi..... | 38 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 39 |
| 4.1 | Pegumpulan Data | 39 |
| 4.2 | Karakteristik Responden | 39 |
| 4.2.1 | Karakteristik berdasarkan umur..... | 39 |
| 4.2.2 | Karakteristik berdasarkan jenis kelamin | 40 |
| 4.2.3 | Karakteristik berdasarkan pekerjaan..... | 40 |
| 4.2.4 | Karakteristik berdasarkan pendapatan | 41 |
| 4.3 | Hasil Penelitian..... | 41 |
| 4.3.1 | Analisis Deskriptif | 41 |
| 4.3.2 | Uji Validitas dan Uji Realibilitas | 53 |

| | | |
|-----------------------------|--|----|
| 4.3.3 | Uji Asumsi Klasik..... | 56 |
| 4.3.4 | Uji Regresi Linear Berganda..... | 59 |
| 4.3.5 | Pengujian Hipotesis..... | 60 |
| 4.3.6 | Koefisien Determinasi..... | 62 |
| 4.4 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 62 |
| 4.4.1 | Faktor Budaya | 63 |
| 4.4.2 | Faktor Sosial | 63 |
| 4.4.3 | Faktor Pribadi..... | 64 |
| 4.4.4 | Faktor Psikologis..... | 65 |
| 4.4.5 | Keputusan Pembelian..... | 66 |
| 4.4.6 | Analisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Eiger Adventure secara parsial. | 66 |
| 4.4.7 | Analisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Eiger Adventure secara simultan. | 68 |
| BAB V PENUTUP | | 69 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 | Saran | 69 |
| 5.2.1 | Saran bagi perusahaan..... | 69 |
| 5.2.2 | Saran bagi peneliti selanjutnya..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 71 |
| LAMPIRAN | | 74 |