

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis .....	5
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 Keputusan Pembelian .....	7
2.2.2 Gaya Hidup .....	8
2.2.3 Persepsi Konsumen .....	10
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	12
2.3.1 Gaya Hidup terhadap Persepsi .....	12
2.3.2 Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	12
2.3.3 Persepsi terhadap Keputusan Pembelian.....	12
2.4 Kerangka Konseptual .....	13

2.5 Kerangka Analisis .....	14
2.6 Hipotesis .....	14

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	15
3.2 Populasi dan Sampel .....	15
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	16
3.3.1 Sumber Data .....	16
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	16
3.3.3 Pengukuran Variabel .....	16
3.4 Definisi Operasional .....	16
3.5 Metode Analisis Data .....	18
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif .....	18
3.5.2 Perancangan Model Pengukuran .....	18
3.5.2.1 Merancang <i>Inner Model</i> .....	18
3.5.2.2 Merancang <i>Outer Model</i> .....	18
3.5.3 Hasil Evaluasi Uji Model .....	18
3.5.3.1 <i>Outer Model</i> .....	18
3.5.3.2 <i>Inner Model</i> .....	19

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Objek Penelitian .....	21
4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	21
4.2.1 Komposisi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	21
4.2.2 Komposisi Berdasarkan Usia .....	22
4.2.3 Komposisi Berdasarkan Pekerjaan .....	22
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	23
4.4 Perancangan Model Pengukuran .....	26
4.4.1 Merancang <i>Inner Model</i> .....	26
4.4.2 Merancang <i>Outer Model</i> .....	27
4.5 Hasil Evaluasi Uji Model .....	29
4.5.1 <i>Outer Model</i> .....	29
4.5.1.1 Validitas Konvergen .....	29

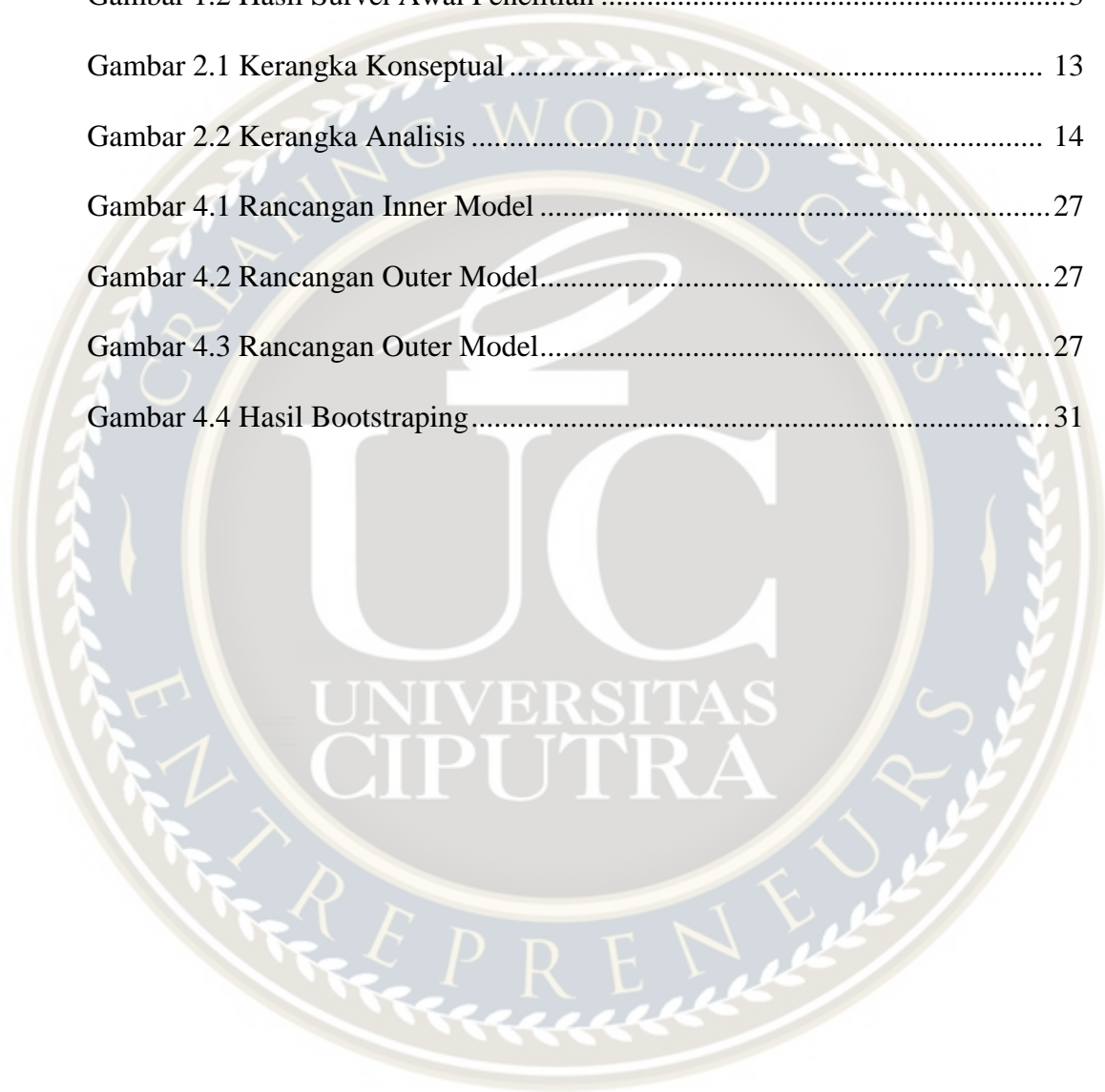
4.5.1.2 Validitas Diskriminan .....	30
4.5.1.3 Reliabilitas Model .....	30
4.5.2 Inner Model .....	31
4.5.2.1 Hasil Bootstraping.....	31
4.5.2.2 Uji <i>f square</i> .....	32
4.5.2.3 Uji Hipotesis.....	32
4.5.2.4 Koefisien determinasi.....	34
4.5.2.5 Uji Efek Mediasi .....	34
4.6 Pembahasan .....	35
4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	35
4.6.2 Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian.....	36
4.6.3 Persepsi Memediasi Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	37
4.7 Implikasi Managerial.....	37
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	39
5.2 Saran .....	39
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	39
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	40
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Nilai Produk Domestik Bruto Industri Makanan dan Minuman.....	1
Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup AIO .....	9
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> dalam Penelitian <i>Bite and Bites</i> .....	16
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	17
Tabel 4.1 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	21
Tabel 4.2 Identitas Responden berdasarkan Usia .....	22
Tabel 4.3 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan .....	23
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Gaya Hidup Indikator Aktivitas.....	23
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Gaya Hidup Indikator Minat .....	23
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Gaya Hidup Indikator Opini .....	24
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Persepsi .....	25
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	26
Tabel 4.9 <i>Rule of Thumbs</i> Validitas .....	29
Tabel 4.10 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	30
Tabel 4.11 Rule of Thumbs Reliabilitas .....	30
Tabel 4.12 Nilai Uji Reliabilitas .....	31
Tabel 4.13 Nilai <i>F Square</i> .....	32
Tabel 4.14 Koefisien Analisis Jalur .....	33
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi.....	34
Tabel 4.16 Efek Mediasi Langsung dan Tidak Langsung .....	34

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Omset Perusahaan Mitra Jaya Abadi .....	2
Gambar 1.2 Hasil Survei Awal Penelitian .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....	14
Gambar 4.1 Rancangan Inner Model .....	27
Gambar 4.2 Rancangan Outer Model.....	27
Gambar 4.3 Rancangan Outer Model.....	27
Gambar 4.4 Hasil Bootstrapping.....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Survey Awal Penelitian .....	A-1
Lampiran B Hasil Survey Awal .....	B-1
Lampiran C Kuesioner .....	C-1
Lampiran D Omset Penjualan <i>Bite and Bites</i> .....	D-1
Lampiran E Data Profil Kuisioner .....	E-1
Lampiran F Hasil Kuisioner .....	F-1
Lampiran G Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	G-1
Lampiran H Hasil Analisa Data .....	H-1

