**DAFTAR ISI**

**LEMBAR PENGESAHANi**

**ABSTRAKii**

**ABSTRACTiii**

**KATA PENGANTARiv**

**DAFTAR ISIvi**

**DAFTAR GRAFIKx**

**DAFTAR TABELxi**

**DAFTAR GAMBARxiii**

**DAFTAR LAMPIRANxiv**

**BAB I PENDAHULUAN1**

1. Latar Belakang Masalah**1**
2. Identifikasi Masalah**6**
3. Batasan Masalah**7**
4. Batasan Penelitian**7**
5. Rumusan Penelitian**8**
6. Tujuan Penelitian**8**
7. Manfaat Penelitian**8**

**BAB II KAJIAN PUSTAKA10**

1. Landasan Teori**10**
2. Gaya Hidup**10**
3. Perilaku Konsumen**10**
4. Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup**10**
5. Faktor-Faktor Pembentuk Perilaku Konsumen**11**
6. Pengertian Gaya Hidup**14**
7. Dimensi Gaya Hidup**15**
8. Klasifikasi Gaya Hidup**16**
9. Persepsi Harga**18**
10. Pengertian Harga**18**
11. Menentukan Harga**18**
12. Pengertian Persepsi**20**
13. Pengertian Persepsi Harga**20**
14. Dimensi Persepsi Harga**21**
15. Keputusan Pembelian**22**
16. Pengertian Keputusan**22**
17. Pengertian Keputusan Pembelian**22**
18. Tahapan Proses Keputusan Pembelian**23**
19. Dimensi Keputusan Pembelian**26**
20. Penelitian Terdahulu**28**
21. Kerangka Pemikiran**29**
22. Hipotesis Penelitian**30**

**BAB III METODE PENELITIAN31**

1. Objek Penelitian**31**
2. Desain Penelitian**31**
3. Variabel Penelitian**32**
4. Teknik Pengumpulan Data**36**
5. Teknik Pengambilan Sampel**37**
6. Teknik Analisis Data**39**

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN51**

1. Gambaran Umum Objek Penelitian**51**
2. Analisis Deskriptif**53**
3. Profil Responden**53**
4. UjiValiditan dan Uji Reliabilitas**53**
5. Analisis Deskriptif6**0**
6. Analisis Regresi Estimasi Linear Berganda**65**
7. Uji Asumsi Klasik**66**
8. Hasil Penelitian**70**
9. Pembahasan**72**

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN85**

1. Kesimpulan**75**
2. Saran**76**

**DAFTAR PUSTAKA77**

**LAMPIRAN78**