

2.1.4.2.	Tahap-tahap dalam Keputusan Pembelian	14
2.1.4.3.	Indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.5.	Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	17
2.2.	Penelitian Terdahulu	18
2.3.	Kerangka Berpikir	20
2.4.	Hipotesis	20
BAB III	METODE PENELITIAN	22
3.1.	Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian	22
3.2.	Jenis dan Sumber Data	22
3.3.	Populasi dan Sampel	23
3.4.	Metode Pengumpulan Data	24
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	25
3.6.	Metode Analisis Data	28
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1.	Gambaran Umum Produk Eiger	34
4.2.	Hasil Penelitian	35
4.2.1.	Karakteristik Responden	35
4.2.2.	Identifikasi Variabel Penelitian	36
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.2.3.1	Uji Normalitas	45
4.2.3.2	Uji Multikolinieritas	45
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	46
4.2.4.	Hasil Analisis Data	47
4.2.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda ..	47
4.2.4.2	Hasil Uji t	49
4.2.4.3	Hasil Uji F	50
4.2.4.4	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	50
4.3.	Pembahasan	51
4.3.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.3.2	Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.3.3	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	52

4.3.4 Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	26
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Promosi Online	26
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	27
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	27
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 3.6 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Tanggapan Responden pada Variabel Gaya Hidup	37
Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Promosi Online.....	38
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Variabel Kepercayaan Merek	41
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian..	43
Tabel 4.8 Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)	46
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.10 Uji F	50
Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4.1 Normal Probability Plot	45
Gambar 4.2 Scatter Plot	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2 Skor Kuesioner	62
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda	68
Lampiran 5 Dokumentasi	70