

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Waktu Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Gaya Hidup.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	16

2.1.3 <i>Digital marketing</i>	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	27
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
2.3 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	45
3.1 Objek Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.3 Teknis Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Gaya hidup, kualitas produk, <i>digital marketing</i> dan keputusan pembelian pada <i>Coffee Shop</i> di Tasikmalaya.....	64
4.1.2 Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan <i>Digital marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Coffee Shop</i> di Tasikmalaya	89
4.2 Pembahasan.....	94
4.2.1 Gaya Hidup, Kualitas Produk, <i>Digital marketing</i> dan Keputusan Pembelian pada <i>Coffee Shop</i> di Tasikmlaya	94
4.2.2 Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan <i>Digital marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Coffee Shop</i> di Tasikmlaya	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Oprasionalisasi Variabel	47
3.2	Total Populasi.....	50
3.3	Konsumen yang Akan Dijadikan Sampel	52
3.4	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	57
3.5	Formulasi Nilai dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban untuk Pernyataan Positif.....	57
3.5	Formulasi Nilai dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban untuk Pernyataan Negatif.....	58
4.1	Klasifikasi Penilaian Setiap Indikator Variabel X1, X2, X3 dan Y...	64
4.2	Rekapitulasi Gaya Hidup Konsumen <i>Coffe Shop</i> di Tasikmalaya.....	65
4.3	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel X1 Keseluruhan.....	67
4.4	Rekapitulasi Kualitas Produk Konsumen <i>Coffee Shop</i> di Tasikmalaya	70
4.5	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel X2 Keseluruhan.....	73
4.6	Rekapitulasi <i>Digital marketing</i> Konsumen <i>Coffee Shop</i> di Tasikmalaya	75
4.7	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel X3 Keseluruhan.....	79
4.8	Rekapitulasi Keputusan Pembelian Konsumen <i>Coffee Shop</i> di Tasikmalaya	82
4.9	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Y Keseluruhan.....	84
4.10	Pengaruh X1, X2 dan X3 Terhadap Y	89

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Proses Keputusan Pembelian	27
2.2	Paradigma Penelitian	44
3.1	Model Penelitian	54
3.2	Model Path Diagram	54
4.1	Koefisien Jalur	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Jadwal Penelitian	112
2	Kuesioner Penelitian	113
3	Data Ordinal	119
4	Data Interval	159
5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	195
6	Hasil Uji Analisis Jalur.....	204