

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian.....	8
1.5.1 Batasan Penelitian.....	8
1.5.2 Asumsi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	9
2.1.1 Preferensi Konsumen	12
2.1.3 Minat Beli	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
2.4.1 Pengaruh Aktivitas Terhadap Minat Beli.....	32
2.4.2 Pengaruh Ketertarikan Terhadap Minat Beli	33
2.4.3 Pengaruh Opini Terhadap Minat Beli	34
2.4.4 Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Minat Beli	35
2.4.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	35

2.4.6	Pengaruh Persepsi Tempat Terhadap Minat Beli	36
2.4.7	Pengaruh Persepsi Promosi Terhadap Minat Beli	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Pendekatan Penelitian	39
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.3	Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel.....	40
3.3.3	Penarikan Sampel.....	40
3.4	Data Penelitian	41
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	41
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Variabel Penelitian	42
3.5.1	Variabel Bebas (<i>Independence Variable</i>).....	43
3.5.2	Variabel Terikat (<i>Dependence Variable</i>)	44
3.6	Definisi Operasional dan Indikator Variabel Peneliti	44
3.7	Metode Analisis Data.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.7.2	Uji Kualitas Data.....	47
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	48
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	50
3.8	Pengujian Hipotesis.....	51
3.8.1	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	51
3.8.2	Uji Signifikan Keseluruhan dari Regresi Sample (Uji Statistik F).....	52
3.8.3	Anlisis Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Analisis Deskriptif.....	53
4.1.1	Karakteristik Responden	53
4.2	Uji Kualitas Data.....	57
4.2.1	Uji Validitas	57
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	62
4.3.1	Analisis Variabel Aktivitas (X_1).....	63

4.3.2	Analisis Variabel Ketertarikan (X_2)	64
4.3.3	Analisis Variabel Opini (X_3)	65
4.3.4	Analisis Variabel Persepsi Produk (X_4)	66
4.3.5	Analisis Variabel Persepsi Harga (X_5)	67
4.3.6	Analisis Variabel Persepsi Tempat (X_6)	68
4.3.7	Analisis Variabel Persepsi Promosi (X_7)	69
4.3.8	Analisis Variabel Minat Beli (Y)	70
4.4	Uji Asumsi Klasik	71
4.4.1	Uji Normalitas Data	71
4.4.2	Uji Multikolonieritas	72
4.4.3	Uji Autokorelasi	72
4.4.4	Uji Heteroskedastisitas	73
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	76
4.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	76
4.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	78
4.6.3	Analisis Koefisien Determinasi (Uji Statistik R^2)	78
4.7	Pembahasan	79
4.7.1	Pengaruh Aktivitas Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	79
4.7.2	Pengaruh Ketertarikan Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	80
4.7.3	Pengaruh Opini Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	82
4.7.4	Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	84
4.7.5	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	85
4.7.6	Pengaruh Persepsi Tempat Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	87
4.7.7	Pengaruh Persepsi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Pakaian di Media Sosial Instagram	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	101
BIOGRAFI PENULIS.....	127

