

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, saran dan bantuan dari segenap pihak. Maka dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA, Rektor Universitas Medan Area.
2. Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Adelina Lubis, SE, MSi, Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Patar Marbun, SE, MSi, Dosen Pembimbing I
5. Eka Dewi Setia Tarigan SE, MSi, Dosen Pembimbing II
6. Dra. Isnaniah LKS, MMA, Sekretaris Sidang
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
8. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan.
9. Seluruh pihak yang telah memberikan doa, motivasi, dan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena masih terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran positif yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Oktober 2016

Penulis,

Irwan Syahputra

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Uraian Teori	6
1. Pengertian Keputusan Pembelian	6
2. Pihak-pihak yang Terlibat Keputusan Pembelian	7
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen ..	7
4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	11
5. Pengertian Gaya Hidup	13
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	14
7. Dimensi Gaya Hidup.....	17
8. Klasifikasi Gaya Hidup.....	18
9. Pengertian Harga.....	20
10. Tujuan Penetapan Harga	20
11. Indikator Harga	22

B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi, Waktu penelitian	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Lokasi Penelitian.....	26
3. Waktu Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	28
C. Definisi Operasional Variabel.....	29
D. Jenis dan Sumber Data.....	30
1. Jenis Data	30
2. Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Instrumen	33
2. Uji Asumsi Klasik.....	34
3. Uji Statistik	35
4. Uji Hipotesis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	37
1. Gambaran Umum Universitas Medan Area.....	37
2. Visi dan Misi Universitas Medan Area.....	39

3. Struktur Organisasi	39
4. Tentang Produk Krim Gatsby	40
B. Pembahasan.....	42
1. Frekuensi Pembelian Responden	42
2. Pembahasan Hasil Kuesioner.....	43
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	62
D. Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Uji Normalitas	62
2. Uji Multikolinieritas.....	63
3. Uji Heterokedastisitas	64
E. Uji Statistik.....	65
F. Uji Hipotesis.....	68
1. Uji Parsial (Uji-t)	68
2. Uji Simultan (Uji-F).....	69
3. Uji Koefisien Determinasi	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

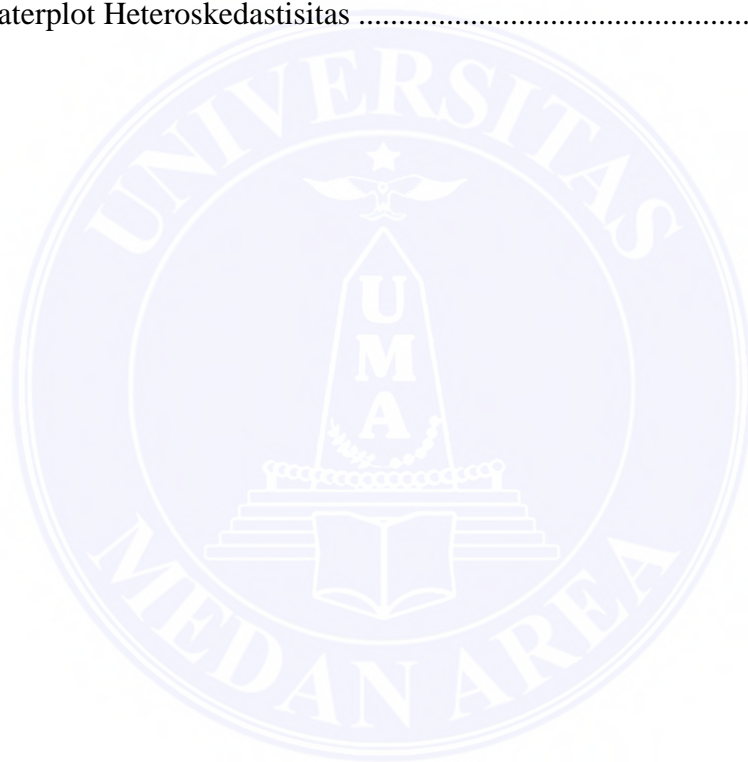
DAFTAR TABEL

No	Halaman
2.1. Dimensi Gaya Hidup.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian	27
3.2. Definisi Operasional Variabel	30
4.1. Distribusi Frekuensi Pembelian Responden.....	42
4.2. Menggunakan krim Rambut Gatsby meningkatkan kepercayaan diri anda.....	43
4.3. Menata rambut dengan Gatsby meningkatkan pergaulan antar mahasiswa.....	44
4.4. mahasiswa menggunakan krim rambut agar tampilan rambut menarik.....	44
4.5. Membeli krim rambut Gatsby dapat meningkatkan perekonomian negara.....	45
4.6. Menata rambut dengan krim Gatsby menjadi kebiasaan rutin	45
4.7. Krim Gatsby semakin berinovasi dan semakin baik	46
4.8. Selalu menggunakan krim Gatsby ketika diluar rumah	46
4.9. Ketika berolahraga menggunakan Gatsby agar rambut tetap rapi	47
4.10. Membeli krim rambut Gatsby menjadi kebutuhan rutin mahasiswa.....	47
4.11. Variasi Gatsby lebih banyak daripada krim lainnya	48
4.12. Harga krim Gatsby sesuai dengan kualitasnya.....	49
4.13. Harga krim Gatsby relatif terjangkau	49
4.14. Harga krim Gatsby bersaing dengan produk lainnya	50
4.15. Krim Gatsby lebh bervariasi dan harga yang beragam	50
4.16. Harga Gatby lebih murah dibandingkan dengan krim rambut impor	51
4.17. Harga krim Gatsby diberbagai tempat tidak berbeda jauh	51
4.18. Manfaat yang diterima lebih besar daripada harga yang dibayarkan.....	52
4.19. Krim Gatsby mudah ditemukan di berbagai pusat perbelanjaan.....	52
4.20. Harga Krim Gatsby sesuai dengan daya beli masyarakat	53
4.21. Memilih krim Gatsby karena lebih terjangkau.....	53

4.22. Membeli karena membutuhkan krim penata rambut agar menarik.....	54
4.23. Krim Gatsby merupakan pemimpin pasar produk penata rambut pria	55
4.24. Memilih krim rambut Gatsby karena harganya yang sesuai dengan daya beli .	55
4.25. Mengetahui informasi tentang krim Gatsby dari keluarga dan teman	56
4.26. Mengetahui Gatsby dari iklan dan lainnya.....	56
4.27. Sebelum membeli membandingkan Gatsby dengan krim rambut lainnya.....	57
4.28. Pembelian krim Gatsby dilakukan kapan saja.....	57
4.29. Proses pembelian krim Gatsby sangat mudah.....	58
4.30. Proses pembayaran krim Gatsby dapat dilakukan tanpa syarat dan mudah.....	58
4.31. Puas menggunakan krim rambut Gatsby	59
4.32. Uji validitas variabel gaya hidup.....	60
4.33. Uji validitas variabel harga.....	61
4.34. Uji validitas variabel keputusan pembelian.....	61
4.35. Uji Reliabilitas.....	62
4.36. Uji Multikolinieritas	64
4.37. Uji regresi linear berganda	66
4.38. Uji Parsial	68
4.39. Uji simultan	69
4.40. Uji koefisien determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

No		Halaman
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	25
4.1.	Struktur Organisasi	40
4.2.	Produk Gatsby	42
4.3.	Grafik Normal P-Plot	63
4.4.	Grafik Scatterplot Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

No	Halaman
1. Kuesioner penelitian.....	76
2. Hasil kuesioner variabel gaya hidup	77
3. Hasil Kuesioner variabel harga	83
4. Hasil Kuesioner variabel keputusan pembelian	86
5. Uji Validitas	89
6. Uji Reliabilitas.....	90
7. Uji deskriptif.....	91
8. Uji statistik	103

