**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK i**

**KATA PENGANTAR ii**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vii**

**DAFTAR GAMBAR ix**

**DAFTAR LAMPIRAN x**

**BAB I PENDAHULAUN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
  2. Identifikasi Masalah 7
  3. Batasan Masalah 8
  4. Rumusan Masalah 8
  5. Tujuan Penelitian 9
  6. Manfaat Penelitian 9

**BAB II LANDASAN TEORITIS 11**

2.1 Kerangka Teori 11

2.1.1 Gaya Hidup 11

2.1.1.1 Pengertian Gaya Hidup 11

2.1.1.2 Pengukuran Gaya Hidup 12

2.1.1.3 Faktor-faktor Gaya Hidup 13

2.1.1.4 Indikator Gaya Hidup 14

2.1.2 Kualitas Produk 15

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk 15

2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk 16

2.1.2.3 Faktor-faktor Kualitas Produk 17

2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk 18

2.1.3 Harga 18

2.1.3.1 Pengertian Harga 18

2.1.3.2 Faktor-faktor penetapan Harga 19

2.1.3.3 Indikator Harga 21

2.1.4 Keputusan Pembelian 21

2.1.4.1 Peran Individu Keputusan Pembelian 22

2.1.4.2 Faktor Penentu Keputusan Pembelian 23

2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian 24

2.2 Penelitian Terdahulu 25

2.3 Kerangka Konseptual 27

2.4 Hipotesis 28

**BAB III METODE PENELITIAN 30**

3.1 Desain Penelitian 30

3.2 Populasi dan Sampel 30

3.2.1 Populasi 30

3.2.2 Sampel 31

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 32

3.3.1 Lokasi Penelitian 32

3.3.2 Waktu Penelitian 32

3.4 Variabel dan Indikator 33

3.4.1 Variabel 33

3.4.2 Indikator 34

3.5 Instrumen Penelitian 36

3.6 Teknik Pengumpulan Data 36

3.7 Teknik Analisis Data 37

3.7.1 Uji Validitas 38

3.7.2 Uji Reliabilitas 39 3.7.3 Uji Asumsi Klasik 40

3.7.3.1 Normalitas 40

3.7.3.2 Multikolinieritas 41

3.7.3.3 Heteroskedasitas 41

3.7.4 Uji Hipotesis 42

3.7.5 Uji t (Parsial) 43

3.7.6 Uji F (simultan) 43

3.7.8 Koefisien Determinasi 44

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 45**

4.1 Hasil Penelitian 45

4.1.1 Sejarah *Carvas Coffee House* 45

4.1.2 Visi Misi dan Tujuan 46

4.1.3 Struktur Organisasi 48

4.1.4 Uraian Tugas dan Tanggung jawab 49

4.2 Hasil Penelitian 50

4.2.1 Karakteristik Responden 50

4.2.2 Hasil Jawaban Responden terhadap Label Halal (X1) 52

4.2.3 Hasil Jawaban Responden terhadap Iklan Televisi (X2) 54

4.2.4 Hasil Jawaban Responden Harga (X3) 57

4.2.5 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y) 60

4.2.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 63

4.2.7 Uji Asumsi Klasik 66

4.2.8 Hasil Uji Korelasi Product Moment 70

4.2.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 72

4.2.10 Hasil Uji Hipotesis 73

4.2.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi 75

4.3 Pembahasan 77

4.3.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen *Carvas Coffee House* Medan Johor 77

4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen *Carvas Coffee House* Medan

Johor 78

4.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen *Carvas Coffee House* Medan Johor 78

4.3.4 Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Carvas*

*Coffee House* Medan Johor 79

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 81**

**5.1 Kesimpulan 81**

**5.2 Saran 82**

**DAFTAR PUSTAKA 84**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Pengunjung *Carvas Coffee House* 1

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Variabel Gaya Hidup 2

Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Variabel Kualitas Produk 4

Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Variabel Harga 5

Tabel 1.5 Hasil Pra Survey Variabel Keputusan Pembelian 6

Tabel 1.6 Data Penjualan 7

Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup 13

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 25

Tabel 3.1 Data Pengunjung 31

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian 32

Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel 35

Tabel 3.4 Skala Likert 37

Tabel 3.5 Interprestasi Koefisien Korelasi 39

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 51

Tabel 4.4 Pernyataan 1 Variabel X1 52

Tabel 4.5 Pernyataan 2 Variabel X1 52

Tabel 4.6 Pernyataan 3 Variabel X1 53

Tabel 4.7 Pernyataan 4 Variabel X1 53

Tabel 4.8 Pernyataan 5 Variabel X1 54

Tabel 4.9 Pernyataan 1 Variabel X2 55

Tabel 4.10 Pernyataan 2 Variabel X2 55

Tabel 4.11 Pernyataan 3 Variabel X2 56

Tabel 4.12 Pernyataan 4 Variabel X2 56

Tabel 4.13 Pernyataan 5 Variabel X2 57

Tabel 4.14 Pernyataan 1 Variabel X3 58

Tabel 4.15 Pernyataan 2 Variabel X3 58

Tabel 4.16 Pernyataan 3 Variabel X3 59

Tabel 4.17 Pernyataan 4 Variabel X3 59

Tabel 4.18 Pernyataan 5 Variabel X3 60

Tabel 4.19 Pernyataan 1 Variabel Y 61

Tabel 4.20 Pernyataan 2 Variabel Y 61

Tabel 4.21 Pernyataan 3 Variabel Y 62

Tabel 4.22 Pernyataan 4 Variabel Y 62

Tabel 4.23 Pernyataan 5 Variabel Y 63

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas 63

Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas 65

Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas 66

Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinearitas 69

Tabel 4.28 Hasil Uji Korelasi *Product Moment 70*

Tabel 4.29 Pedoman Interprestasi Koefiien Korelasi 71

Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 72

Tabel 4.31 Hasil Uji t 74

Tabel 4.32 Hasil Uji F 75

Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi 76

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 28

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 48

Gambar 4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Histogram 67

Gambar 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Plot 68

Gambar 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik Scatterplot 70

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner 86

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian 90

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS 102

Lampiran 4 Tabel R 106

Lampiran 5 Tabel t 108

Lampiran 6 Tabel f 111