

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2. Loyalitas Pelanggan	11
2.1.3. Gaya Hidup	13
2.1.4. Kelompok Rujukan	15
2.1.5. Jejaring Sosial	17

2.1.6.	<i>Brand Attachment</i> (Keterikatan Merek).....	18
2.2	Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pemilihan.....	19
2.2.2.	Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Pemilihan.....	20
2.2.3.	Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan.....	21
2.2.4.	Pengaruh Keterikatan Merek (<i>Brand Attachment</i>) Terhadap Keputusan Pemilihan.....	22
2.2.5.	Pengaruh Keputusan Pemilihan Terhadap Loyalitas (Mashasiswa).....	22
2.2.6.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Loyalitas (Mashasiswa).....	23
2.2.7.	Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Loyalitas (Mashasiswa).....	24
2.2.8.	Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Loyalitas (Mashasiswa).....	25
2.2.9.	Pengaruh <i>Brand Attachment</i> Terhadap Loyalitas (Mashasiswa).....	25
2.3.	Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1.	Jenis dan Lokasi Penelitian	27

3.2.	Populasi dan Sampel	27
3.3.	Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4.	Metode Pengumpulan Data	30
3.5.	Definisi Konsep.....	31
3.6.	Uji Instrumen Penelitian	33
3.7.	Alat Analisis.....	34
3.8.	Metode Analisis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Diskripsi Responden	38
4.1.2	Deskriptif Variabel.....	40
4.2.	Analisis Data.....	46
4.2.1.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
4.2.2.	Evaluasi Measurement (<i>Outer</i>) Model.....	48
4.2.3.	Mengkonstruksi Diagram Jalur	52
4.2.4.	Hasil Estimasi.....	55
4.2.5.	Goodness of Fit	57
4.2.6.	Pengujian hipotesis.....	58
4.2.7.	Hasil hubungan langsung dan tak langsung	60
4.3.	Pembahasan.....	61
4.3.1.	Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pemilihan dan loyalitas.....	61

4.3.2. Pengaruh kelompok rujukan terhadap keputusan pemilihan dan loyalitas.....	62
4.3.3. Pengaruh jejaring sosial terhadap keputusan pemilihan dan loyalitas.....	63
4.3.4. Pengaruh <i>Brand Attachment</i> terhadap keputusan pemilihan dan loyalitas.....	65
4.3.5. Pengaruh keputusan pemilihan terhadap loyalitas	66
BAB V PENUTUP.....	67
5.1. Kesimpulan	67
5.1.1. Simpulan Umum	67
5.1.2. Simpulan Hipotesis	67
5.2. Implikasi Penelitian.....	68
5.2.1. Implikasi Teoritis	68
5.2.2. Implikasi Manajerial Fakultas Ekonomi Unissula	69
5.3. Saran.....	71
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN