

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RINGKESAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT DIRI	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Kegunaan Teoritis	6
1.4.2. Kegunaan Praktis	6
1.5. Lokasi Penelitian dan Lamanya Penelitian	7
1.5.1. Lokasi Penelitian	7
1.5.2. Lamanya Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA BERPIKIR.....	10
2.1. Administrasi Bisnis	10
2.1.1. Pengertian Administrasi	10

2.1.2. Pengertian Bisnis.....	11
2.1.3. Pengertian Administrasi Bisnis	13
2.2. Konsep Pemasaran	14
2.2.1. Pengertian Pemasaran	14
2.2.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	15
2.3. Brand Image	18
2.3.1. Pengertian Brand Image	18
2.3.2. Indikator Brand Image	19
2.4. Healthy Lifestyle	21
2.4.1. Pengertian Healthy Lifestyle.....	21
2.4.2. Indikator Healthy Lifestyle	22
2.5. Keputusan Pembelian.....	24
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.5.2. Indikator Keputusan Pembelian	25
2.6. Peneliti Terdahulu	26
2.7. Kerangka Pemikiran.....	28
2.8. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Metode Penelitian.....	36
3.1.1. Paradigma Penelitian.....	36
3.1.2. Metode Penelitian yang digunakan	37
3.1.3. Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian	37
3.2. Teknik Pengumpulan Data	41
3.2.1. Data Primer	41
3.2.2. Data Sekunder	44

3.3. Teknik Analisis Data	45
3.3.1. Uji Validitas Instrumen	45
3.3.2. Uji Reliabilitas Instrumen	45
3.3.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	46
3.3.4. Analisis Kolerasi Rank Spearman	47
3.3.5. Koefisien Determinasi.....	48
3.3.6. Uji Hipotesis	49
3.3.6.1. Uji Signifikasn Parsial (Uji t).....	49
3.3.6.2. Uji Signifikan Simultan (Uji f)	50
BAB IV PEMBAHASAN.....	51
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1. Gambaran Umum Fit Stuff Subang.....	51
4.1.2. Logo dan Data Penelitian	52
4.1.3. Visi dan Misi Fit Stuff Subang	53
4.1.4. Struktur Organisasi Fit Stuff Subang	54
4.1.5. Karakteristik Responden	55
4.2. Pelaksanaan Brand Image, Healthy Lifestyle dan Keputusan Pembelian Fit Stuff Subang.....	57
4.2.1. Kondisi Brand Image Fit Stuff Subang.....	57
4.2.1.1. Analisis Skor Variabel X_1	68
4.2.2. Kondisi Healthy Lifestyle Fit Stuff Subang.....	71
4.2.2.1. Analisis Skor Variabel X_2	81
4.2.3. Kondisi Keputusan Pembelian	85
4.2.3.1. Analisis Skor Variabel Y	102

4.3. Pengaruh Brand Image dan Healthy Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Fit Stuff Subang	105
4.3.1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	105
4.3.1.1. Uji Validitas Instrumen	105
4.3.1.2. Uji Reliabilitas Instrumen	107
4.3.2. Analisis Data	108
4.3.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda	108
4.3.2.2. Uji Hipotesis	109
1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	110
2. Uji Signifikan Simultan (Uji f)	113
4.3.3.3. Analisis Korelasi Rank Spearman.....	116
4.3.3.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	118
4.4. Hambatan dan Upaya Fit Stuff Subang.....	120
4.4.1. Hambatan yang dihadapi Fit Stuff Subang	120
4.4.2. Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1. Kesimpulan	119
5.2. Saran.....	122
5.2.1. Saran Bagi Perusahaan.....	122
5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	123
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN.....	126
Lampiran I Angket	128
Lampiran II Pedoman Wawancara Penelitian	130
Lampiran III Hasil Kuesioner (Angket).....	132

Lampiran IV Uji Validitas SPSS 25	141
Lampiran V Uji Reliabilitas SPSS 25	144
Lampiran VI Analisis Regresi Linear Berganda SPSS 25	145
Lampiran VII Analisis Korelasi Rank Spearman SPSS 25	146
Lampiran VIII Dokumentasi	147
Lampiran IX Surat Permohonan penelitian dari Kampus	148
Lampiran X Surat Keterangan telah melakukan Penelitian dari Perusahaan..	149