

DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Lokasi Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
1.7 Tahapan dan Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Pustaka	21

2.2.1 Pemasaran -----	21
2.2.2 Perilaku Konsumen -----	24
2.2.2.1 Pengaruh Eksternal -----	26
2.2.2.2 Pengaruh Internal -----	28
2.2.2.3 Konsep Diri dan Gaya Hidup -----	31
2.2.2.4 Proses Keputusan Pembelian -----	32
2.2.3 Kerangka Konsep -----	36
2.2.4 Komunitas Sepeda Downhill -----	41
2.3 Kerangka Pemikiran -----	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN -----	43
3.1 Paradigma Penelitian -----	43
3.2 Metode Penelitian -----	44
3.3 Gambaran Umum Objek Penelitian -----	45
3.4 Definisi Konsep -----	46
3.5 Unit Analisis -----	47
3.6. Informan Penelitian -----	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data -----	49
3.7.1 Data Primer -----	50
3.7.1.1 Wawancara -----	50
3.7.2 Data Sekunder -----	50
3.8 Teknik Keabsahan Data -----	51
3.9 Teknik Analisis Data -----	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN -----	55
4.1 Karakteristik Informan -----	56
4.2 Hasil Penelitian -----	58

4.3 Perilaku Konsumen -----	59
4.3.1 Faktor Eksternal -----	59
4.3.2 Faktor Internal -----	66
4.3.3 Konsep Diri dan Gaya Hidup -----	73
4.3.4 Keputusan Pembelian -----	77
4.4 Pembahasan_ -----	59
4.4. Perilaku Belanja Konsumen -----	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN -----	87
5.1 Kesimpulan -----	87
5.2 Saran -----	90
5.2.1 Saran Akademis -----	90
5.2.2 Saran Praktis -----	91
DAFTAR PUSTAKA -----	92
LAMPIRAN	