

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A Latar Belakang.....	1
B Rumusan Masalah.....	4
C Tujuan Penelitian.....	4
D Manfaat Penelitian.....	4
E Struktur Organisasi Skripsi.....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A <i>Patronage Buying Motives</i> .....	7
1. Pengertian <i>Patronage Buying Motives</i> .....	7
2. Klasifikasi <i>Patronage Buying Motives</i> .....	8
3. Komponen <i>Patronage Buying Motives</i> .....	9
4. Perbedaan Antara <i>Emotional</i> dan <i>Rational Patronage Motives</i> .....	11
B Gaya Hidup Hedonis.....	12
1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis.....	12
2. Pengukuran Gaya Hidup Hedonis.....	13
3. Karakteristik Gaya Hidup Hedonis.....	15
4. Faktor-Faktor Pengaruh Gaya Hidup Hedonis.....	16
C Kerangka Berpikir .....	16
D Hipotesis Penelitian.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A Lokasi dan Subjek Penelitian.....	21
1. Lokasi Penelitian.....	21
2. Subjek Penelitian.....	21
3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	21

B	Metode dan Desain Penelitian.....	22
	1. Desain Penelitian.....	22
	2. Metode Penelitian.....	22
C	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	23
	1. Variabel Penelitian.....	23
	2. Definisi Operasional.....	23
D	Pengembangan Instrumen Penelitian.....	25
E	Teknik Pengumpulan Data.....	32
F	Teknik Analisis Data.....	32
	1. Kategorisasi Norma.....	32
	2. Uji Korelasi.....	33
	3. Uji Signifikansi.....	34
G	Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	34
	1. Tahap Persiapan.....	34
	2. Tahap Pelaksanaan.....	35
	3. Tahap Pengolahan Data.....	35
	4. Tahap Pembahasan.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
A	Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	37
	1. Gambaran Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	37
	2. Gambaran Usia Responden Penelitian.....	38
	3. Gambaran Pekerjaan Responden Penelitian.....	39
	4. Gambaran Pendapatan Responden Penelitian.....	40
B	Hasil Angket Terbuka .....	41
	1. Alasan Mengunjungi Starbucks Coffee .....	41
	2. Tempat yang Sering Dikunjungi .....	43
C	Hasil dan Pembahasan Penelitian .....	44
	1. Hasil dan Pembahasan Variabel <i>Patronage Buying Motives</i> .....	44
	2. Hasil dan Pembahasan Variabel Gaya Hidup Hedonis.....	49
	3. Hasil dan Pembahasan Hubungan antara <i>Patronage Buying Motives</i> dengan Gaya Hidup Hedonis.....	55
	4. Keterbatasan Penelitian.....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
A	Simpulan.....	61
B	Rekomendasi.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		62
<b>LAMPIRAN.....</b>		66
<b>RIWAYAT PENELITI</b>		

## DAFTAR TABEL

2.1	Sample Psychographics Categories.....	15
3.1	Kisi-Kisi Instrumen Patronage Buying Motives Sebelum Uji Coba.....	25
3.2	Kisi-Kisi Instrumen Gaya Hidup Sebelum Uji Coba.....	26
3.3	Bobot Skor Pilihan Jawaban.....	27
3.4	Uji Corrected Item Total Instrumen Patronage Buying Motives.....	28
3.5	Uji Corrected Item Total Instrumen Gaya Hidup Hedonis.....	29
3.6	Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach Guilford.....	30
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Patronage Buying Motives Sebelum Uji Corrected item-total correlation.....	30
3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Patronage Buying Motives Sesudah Uji Corrected item-total correlation.....	31
3.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Gaya Hidup Hedonis Sebelum Uji Corrected item-total correlation.....	31
3.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Gaya Hidup hedonis Sesudah Uji Corrected item-total correlation.....	32
3.11	Norma Kategori Lima Level.....	33
3.12	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	33
4.1	Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2	Gambaran Responden berdasarkan Usia.....	38
4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	40
4.5	Alasan Konsumen Mengunjungi Starbucks Coffee.....	42
4.6	Tempat yang Sering Dikunjungi Untuk Menghabiskan Waktu Luang.....	43
4.7	Statistik Deskriptif Patronage Buying Motives.....	44
4.8	Gambaran Tingkat Patronage Buying Motives.....	45
4.9	Dimensi Dominan Variabel Patronage Buying Motives.....	46
4.10	Perbedaan Patronage Buying Motives Berdasarkan Data Demografis.....	48
4.11	Statistik Deskriptif Gaya Hidup Hedonis.....	50
4.12	Gambaran Tingkat Gaya Hidup Hedonis.....	50
4.13	Dimensi Dominan Variabel Gaya Hidup Hedonis.....	52
4.14	Perbedaan Gaya Hidup Hedonis Berdasarkan Data Demografis.....	53
4.15	Hubungan Antara Patronage Buying Motives dengan Gaya Hidup Hedonis.....	55
4.16	Hubungan Antara Dimensi Patronage Buying Motives dengan Gaya Hidup Hedonis.....	57

## DAFTAR GRAFIK

4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	41
4.5	Alasan Konsumen Mengunjungi Starbucks Coffee.....	42
4.6	Tempat yang Sering Dikunjungi Untuk Menghabiskan Waktu Luang.....	43
4.7	Gambaran Tingkat <i>Patronage Buying Motives</i> .....	45
4.8	Gambaran Dimensi Dominan <i>Patronage buying Motives</i> .....	47
4.9	Gambaran Tingkat Gaya Hidup Hedonis.....	51
4.10	Gambaran Dimensi Dominan Variabel Gaya Hidup Hedonis.....	52

## DAFTAR BAGAN

2.1	Bagan Kerangka Berpikir.....	19
-----	------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

A	Deskripsi Demografis.....
B	Pengolahan Uji Reliabilitas Instrumen Skala <i>Patronage Buying Motives</i> .....
C	Pengolahan Uji Reliabilitas Instrumen Skala Gaya Hidup Hedonis.....
D	Hasil Skoring Variabel <i>Patronage Buying Motives</i> .....
E	Hasil Skoring Variabel Gaya Hidup Hedonis.....
F	Pengolahan Uji Korelasi Variabel <i>Patronage Buying Motives</i> dengan Gaya Hidup Hedonis.....
H	Kuesioner.....
I	Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i> .....
J	Surat Keputusan Pengangkatan Pembimbing Skripsi.....
K	Kartu Bimbingan.....