



**Pengaruh Atribut Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup  
terhadap Keputusan Pembelian**

**(Studi Kasus Pembelian Re:ON Comics pada Anggota Reonites)**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Annisa Nur Rahma Muliati**

**NIM : 14020211130050**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Annisa Nur Rahma Muliati  
NIM : 14020211130050  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Ilmu Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

“Pengaruh Atribut Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Re:ON Comics pada Anggota Roonites)”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 10 Agustus 2018


Pembuat Pernyataan,


Annisa Nur R.M.  
NIM. 14020211130050

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Re:ON Comics pada Anggota Reonites).  
Penyusun : Annisa Nur Rahma Muliati  
NIM : 14020211130050  
Departemen : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

  
Dekan  
Dr. Sunarto M.Si  
NIP. 19660727.199203.1.001

Semarang, September 2018  
Pembantu Dekan Bidang Akademis  
  
Drs. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Sri Suryoko, M.Si

  
(.....)

Dosen Penguji :

1. Prof. Sudharto PH, MES, Ph.D

  
(.....)

2. Dr. Drs. Ngatno, M.M

  
(.....)

3. Dra. Sri Suryoko, M.Si

  
(.....)

## MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah:5-6)

“What do you think is a great life then?”

“It’s when you experience the good and the bad (successful & failure).”

“That’s a life which gives you happiness”

(JYP)

“Are you satisfied with what’ve you done in you life?”

“Will you happy if you die tomorrow?”

(Dr. Shaun Murphy)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah Subhanahuwata'ala atas segala rahmat dan rahim yang diberikan.
2. Bapak dan Ibu di kampung halaman yang senantiasa mendukung dan mengingatkan agar terus maju dan pantang menyerah.
3. Keluarga besar di Yogyakarta yang senantiasa bersedia untuk menjadi tempat beristirahat sejenak dari rutinitas.
4. Sahabatku Maylinda, Astri, Citra, Vera, Dina, Audita, Rita, Maya, Dela, Rahma, Fatma, Mbak Eka, Erlin, Bimby, terimakasih untuk kebersamaan selama studi, terimakasih sudah saling mendukung dan menguatkan.
5. Sahabat masa MAN 3 Malang yang sekarang menjadi MAN 2 Malang, Intan, Mona, Yuni yang selalu dekat walaupun jauh.
6. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2011
7. Keluarga besar HMJ Administrasi Bisnis dan FKMM
8. Tim I KKN Undip Desa Banjarnegoro, Anin, Fuad, Mas Ryo, Hangga, Mas Ario, Tika.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan komik lokal salah satunya yaitu Re:ON Comics. Kehadiran Re:ON Comics mendapatkan dukungan masyarakat sehingga terbentuknya grup Reonites yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan Re:ON Comics. Perkembangan Re:ON Comics mengalami kendala dengan munculnya keluhan konsumen dalam pembelian sehingga menyebabkan penyebaran produk tidak bisa serentak di Indonesia dan menurunkan persentase kenaikan penjualan pada tahun 2013 hingga 2015.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor intern maupun faktor ekstern. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara atribut produk, *word of mouth*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian (studi kasus pembelian Re:ON comics pada anggota reunites).

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan tipe penelitian eksplanatori yang menguji hipotesis antara variabel dengan variabel lain yang saling berpengaruh antara satu dengan yang lain. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* terhadap anggota dari grup reunites di facebook sebesar 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan berganda dengan menggunakan IBM SPSS.

Hasil analisis statistik diketahui bahwa secara bersama-sama atribut produk, *word of mouth*, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan koefisien determinasi sebesar 38,3% dan nilai F hitung  $(19,865) > F$  tabel  $(2,70)$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < \text{ taraf signifikansi } 0,05$  maka dapat diketahui bahwa “Terdapat pengaruh atribut produk, *word of mouth*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian studi kasus pembelian Re:ON comics pada anggota reonites”.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara atribut produk, *word of mouth*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian studi kasus pembelian Re:ON comics pada anggota reonites. Peneliti menyarankan agar pihak penerbit Re:ON comics senantiasa meningkatkan kualitas atribut produk serta memahami lebih mendalam mengenai *word of mouth* dan gaya hidup Reonites agar adanya peningkatan dalam keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

**Key Word :** atribut produk, *word of mouth*, gaya hidup, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*This research is motivated by the development of local comics, one of them is Re:ON Comics. The presence of Re:ON Comics has received public support so that Reonites group was formed and expected to increase its sales. The development of Re:ON Comics experienced problems with the emergence of consumer complaints in purchasing, which caused the spread of the product couldn't be simultaneously happened in Indonesia and reduce the percentage of sales increase in 2013 to 2015.*

*Purchase decision can be affected by a variety of factors, both internal and external factors. The purpose of this research is to know the influence of product attribute, word of mouth and life style on purchase decision (a case study of Re:ON Comics purchasing on reonites members).*

*The method in this study used quantitative research method and explanatory research type that test hypotheses between variables with other variables that influence each other. This study used purposive sampling technique against Reonites members on Facebook for 100 respondents. Data collecting using a questionnaire and interview. Data analysis using simple and multiple linier regression analysis in IBM SPSS.*

*Results of statistical analysis known that together product attribute, word of mouth and life style against purchase decision based on the coefficient of determination 38,3%, value F count (19,865) > F table (2,70) with significance of  $0,000 < \text{level of significance } 0,05$  then it can be seen that “ There is influence of product attribute, word of mouth and life style to purchase decision.*

*The conclusion from this study is that there is a positive and significant influence between product attribute, word of mouth and life style to purchase decision (a case study of Re:ON Comics purchasing on reonites members). Research suggest that Publisher of Re:ON Comics improve quality of product attribute along with more understand about word of mouth and the lifestyle on Reonites to increase the purchase decision by consumers.*

**Key Word :** *product attribute, word of mouth, life style, purchase decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Atribut Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Re:ON Comics pada Anggota Roonites”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Sehubungan dengan diselesaikannya penulisan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis.
3. Dra. Sri Suryoko, M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan pengarahan kepada penulis.
5. Prof. Sudharto PH, MES, Ph.D selaku dosen penguji utama yang telah memberikan dukungan, motivasi dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis UNDIP.



7. PT. Wahana Inspirasi Nusantara selaku penerbit *Re:ON Comics* yang telah mempersilahkan untuk meneliti mengenai *Re:ON Comics*.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi rekan-rekan mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang pada khususnya dan seluruh pembaca.

Semarang, 10 Agustus 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Bagi Peneliti.....	11
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	11
1.4.3 Bagi Lembaga Pendidikan dan Masyarakat.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen .....	12
1.5.2 Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	13
1.5.2.1 Keputusan Pembelian.....	13
1.5.3 Variabel Terikat ( <i>Independent Variable</i> ).....	21
1.5.3.1 Atribut Produk.....	21
1.5.3.1.1 Pengertian Atribut .....	22
1.5.3.1.2 Pengertian Produk .....	22
1.5.3.1.3 Pengertian dan Unsur Atribut Produk.....	22
1.5.3.2 <i>Word of Mouth</i> (WOM) .....	28
1.5.3.3 Gaya Hidup .....	33

1.5.4	Hubungan Variabel Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian.....	38
1.5.5	Hubungan Variabel <i>Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian.....	39
1.5.6	Hubungan Variabel Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	40
1.5.7	Hubungan Atribut Produk, <i>Word of Mouth</i> , dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian .....	41
1.6	Hasil Penelitian Terdahulu.....	43
1.7	Hipotesis.....	44
1.8	Definisi Konsep.....	45
1.8.1	Atribut Produk.....	46
1.8.2	<i>Word of Mouth</i> (WOM) .....	46
1.8.3	Gaya Hidup .....	46
1.8.4	Keputusan Pembelian.....	47
1.9	Definisi Operasional.....	47
1.9.1	Atribut Produk.....	47
1.9.2	<i>Word of Mouth</i> (WOM) .....	48
1.9.3	Gaya Hidup .....	49
1.9.4	Keputusan Pembelian.....	49
1.10	Metode Penelitian.....	54
1.10.1	Tipe Penelitian .....	54
1.10.2	Populasi dan Sampel .....	54
1.10.2.1	Populasi.....	54
1.10.2.2	Sampel.....	55
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	56
1.10.4	Jenis dan Sumber Data.....	57
1.10.4.1	Jenis Data .....	57
1.10.4.2	Sumber Data.....	58
1.10.5	Skala Pengukuran.....	58
1.10.6	Teknik Pengumpulan Data.....	60
1.10.7	Instrumen Penelitian.....	61

1.10.8	Teknik Pengolahan Data .....	61
1.10.9	Teknik Anallisis .....	62
1.10.9.1	Teknik Analisis Instrumen Penelitian .....	62
1.10.9.2	Teknik Analisis Data.....	64
<b>BAB II GAMBARAN UMUM RE:ON COMICS DAN IDENTITAS</b>		
<b>RESPONDEN .....</b>		<b>74</b>
2.1	Perkembangan Komik Indonesia/Komik Lokal.....	74
2.2	Gambaran Umum Re:ON Comics.....	76
2.2.1	Arti Re:ON .....	76
2.2.2	Latar Belakang Re:ON Comics .....	78
2.2.3	Visi Re:ON Comics .....	78
2.2.4	Misi Re:ON Comics .....	78
2.2.5	Penerbit Re:ON Comics .....	79
2.2.6	Target Pembaca Re:ON Comics.....	79
2.2.7	Genre Re:ON Comics.....	80
2.2.8	Judul-Judul di Re:ON Comics.....	80
2.2.9	Maskot Re:ON Comics .....	81
2.2.10	Struktur Organisasi.....	86
2.2.11	Logo Re:ON Comics .....	87
2.2.12	Bentuk Re:ON Comics .....	88
2.2.13	Harga Re:ON Comics.....	88
2.2.14	Kegiatan Acara/ Event Re:ON Comics .....	88
2.3	Identitas Responden .....	91
2.3.1	Usia Responden.....	91
2.3.2	Jenis Kelamin Responden .....	92
2.3.3	Status Marital Responden .....	92
2.3.4	Pendidikan Terakhir Responden .....	93
2.3.5	Pekerjaan Responden .....	93
2.3.6	Pengeluaran Responden Tiap Bulan .....	94
2.3.7	Frekuensi Membeli Re:ON Comics .....	95
2.3.8	Jumlah Re:ON Comics yang Dimiliki Responden.....	96

<b>BAB III PENGARUH ATRIBUT PRODUK, <i>WORD OF MOUTH</i>, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Re:ON Comics pada Anggota Reonites).....</b>		<b>97</b>
3.1	Uji Instrumen Penelitian .....	97
3.1.1	Uji Validitas .....	98
3.1.2	Uji Reliabilitas .....	102
3.2	Analisis Deskripsi Variabel.....	103
3.2.1	Persepsi Responden Mengenai Variabel Atribut Produk.....	103
3.2.1.1	Desain Logo Re:ON Comics Terlihat Menarik.....	104
3.2.1.2	Nama “Re:ON” Mudah Diingat .....	104
3.2.1.3	Desain Kemasan Re:ON Comics Memberikan Daya Tarik....	105
3.2.1.4	Bentuk Kemasan yang Berukuran Besar Terlihat Menarik ....	106
3.2.1.5	Keawetan Kemasan Sampul.....	107
3.2.1.6	Kejelasan Label (Merk, Alamat Media Sosial, Judul dan Pe- ngarang Komik, ISBN, Kategori Pembaca, Harga) .....	109
3.2.1.7	Kejelasan Informasi Waktu Terbit Buku .....	110
3.2.1.8	Sikap Penerbit terhadap Komentar (Saran, Komplain, dan Kritik .....	111
3.2.1.10	Penerbit Memberikan Ruang Grup yang Berguna bagi Pemba Ca .....	112
3.2.1.11	<i>Officiel</i> Maskot dan <i>Cosplayer</i> Re:ON Comics Tampak Me- arik.....	113
3.2.1.12	Rekapitulasi Variabel Atribut Produk.....	114
3.2.1.13	Kategorisasi Variabel Atribut Produk.....	116
3.2.2	Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	117
3.2.2.1	Pernah Mendengarkan Cerita Pengalaman Membeli Re:ON <i>Coimics</i> dari Orang Lain .....	118
3.2.2.2	Pernah Direkomendasikan tentang Re:ON Comics dari Orang Lain .....	119
3.2.2.3	Pernah Diajak oleh Orang Lain untuk Ikut Membeli Re:ON <i>Comics</i> .....	120

3.2.2.4	Rekapitulasi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	121
3.2.2.5	Kategorisasi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	122
3.2.3	Persepsi Responden mengenai Variabel Gaya Hidup.....	123
3.2.3.1	Membeli Re:ON <i>Comics</i> karena Suka .....	124
3.2.3.2	Membeli Re:ON <i>Comics</i> adalah Bentuk Memanjakan Diri....	125
3.2.3.3	Membeli Re:ON <i>Comics</i> Tidak Memberatkan Pengeluaran...	126
3.2.3.4	Rekapitulasi Variabel Gaya Hidup.....	127
3.2.3.5	Kategorisasi Variabel Gaya Hidup.....	128
3.2.4	Persepsi Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian	129
3.2.4.1	Kesesuaian Re:ON <i>Comics</i> dengan Kebutuhan .....	130
3.2.4.2	Membandingkan Re:ON <i>Comics</i> dengan Judul Komik Lainnya sebelum Membeli .....	131
3.2.4.3	Waktu yang Dibutuhkan untuk Memutuskan Membeli Re:ON <i>Comics</i> .....	132
3.2.4.4	Kepuasan setelah Membeli Re:ON <i>Comics</i> .....	133
3.2.4.5	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	133
3.2.4.6	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	135
3.3	Analisis Data .....	136
3.3.1	Analisis Pengaruh Atribut Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	137
3.3.1.1	Analisis Korelasi .....	137
3.3.1.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	138
3.3.1.3	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	138
3.3.1.4	Uji t.....	140
3.3.2	Analisis <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	141
3.3.2.1	Analisis Korelasi .....	142
3.3.2.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	143
3.3.2.3	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	143
3.3.2.4	Uji t.....	145

3.3.3	Analisis Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	146
3.3.3.1	Analisis Korelasi	147
3.3.3.2	Analisis Koefisien Determinasi	148
3.3.3.3	Analisis Regresi Linear Sederhana	148
3.3.3.4	Uji t	150
3.4	Analisis Pengaruh Atribut Produk ( $X_1$ ), <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	151
3.4.1	Analisis Korelasi	152
3.4.2	Analisis Koefisien Determinasi	152
3.4.3	Analisis Regresi Linear Berganda	153
3.4.4	Uji F	155
3.5	Pembahasan	157
<b>BAB IV PENUTUP</b>		<b>164</b>
4.1	Kesimpulan	164
4.2	Saran	165
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kriteria Gaya Hidup Konsumen .....	37
Tabel 1.2	Tabel Matriks Variabel, Definisi Operasional, Indikator, Daftar Pertanyaan .....	51
Tabel 1.3	Skala Likert .....	60
Tabel 1.4	Pedoman untuk Memberikan Intepretasi Koefisien Korelasi ...	66
Tabel 2.1	Judul-Judul di Re:ON <i>Comics</i> 2013-2017 .....	80
Tabel 2.2	Usia Responden.....	91
Tabel 2.3	Jenis Kelamin Responden .....	92
Tabel 2.4	Status Marital Responden .....	92
Tabel 2.5	Pendidikan Terakhir Responden .....	93
Tabel 2.6	Pekerjaan Responden .....	94
Tabel 2.7	Pengeluaran Responden .....	94
Tabel 2.8	Frekuensi Membeli Re:ON <i>Comics</i> .....	95
Tabel 2.9	Jumlah Re:ON <i>Comics</i> yang dimiliki Responden.....	96
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Atribut Produk ( $X_1$ ) .....	99
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas <i>Word of Moutth</i> ( $X_2$ ).....	100
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup ( $X_3$ ).....	101
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	101
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	103
Tabel 3.6	Pendapat tentang Logo Re:ON <i>Comics</i> .....	104
Tabel 3.7	Pendapat tentang Kemudahan Mengingat Nama Re:ON.....	105
Tabel 3.8	Pendapat tentang Desain Kemasan Sampul Re:ON <i>Comics</i> .....	106
Tabel 3.9	Pendapat tentang Bentuk Kemasan yang Berukuran Besar .....	107
Tabel 3.10	Pendapat tentang Keawetan Kemasan Sampul .....	108
Tabel 3.11	Pendapat tentang Kejelasan Label yang Tercantum .....	109
Tabel 3.12	Pendapat tentang Kejelasan Informasi Waktu Terbit Buku.....	110
Tabel 3.13	Pendapat tentang Sikap Penerbit terhadap Komentar .....	111
Tabel 3.14	Pendapat tentang Kegunaan Grup.....	112



Tabel 3.15	Pendapat tentang <i>Official</i> Maskot dan <i>Cosplayer</i> Re:ON <i>Comics</i> .....	113
Tabel 3.16	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Atribut Produk .....	114
Tabel 3.17	Kategorisasi Variabel Atribut Produk.....	117
Tabel 3.18	Pendapat tentang Pernah Mendengar Pengalaman Membeli...	118
Tabel 3.19	Pendapat tentang Pernah Direkomendasikan Orang Lain.....	119
Tabel 3.20	Pendapat tentang Pernah Diajak Membeli .....	120
Tabel 3.21	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	121
Tabel 3.22	Kategorisasi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	123
Tabel 3.23	Pendapat tentang Pembelian karena Rasa Suka.....	124
Tabel 3.24	Pendapat tentang Membeli adalah Bentuk Memanjakan Diri .	125
Tabel 3.25	Pendapat tentang Membeli Tidak Memberatkan Pengeluaran	126
Tabel 3.26	Rekapitulasi Variabel Gaya Hidup .....	127
Tabel 3.27	Kategorisasi Variabel Gaya Hidup .....	129
Tabel 3.28	Pendapat tentang Kesuaian Re:ON <i>Comics</i> dengan Kebutuhan	130
Tabel 3.29	Pendapat tentang Membandingkan dengan Produk Lain.....	131
Tabel 3.30	Pendapat tentang Waktu yang Dibutuhkan untuk Membeli ....	132
Tabel 3.31	Pendapat tentang Kepuasan setelah Membeli.....	133
Tabel 3.32	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 3.33	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	136
Tabel 3.34	Hasil Uji Korelasi Atribut Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	137
Tabel 3.35	Hasil Uji Koefisien Determinasi Atribut Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	138
Tabel 3.36	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Atribut Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	139
Tabel 3.37	Hasil Uji Korelasi <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	142

Tabel 3.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	143
Tabel 3.39 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	144
Tabel 3.40 Hasil Uji Korelasi Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	147
Tabel 3.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	148
Tabel 3.42 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	149
Tabel 3.43 Hasil Uji Korelasi Atribut Produk ( $X_1$ ), <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	152
Tabel 3.44 Hasil Uji Koefisien Determinasi Atribut Produk ( $X_1$ ), <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	153
Tabel 3.45 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Atribut Produk ( $X_1$ ), <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	154
Tabel 3.46 Hasil Perhitungan F Hitung antara Variabel Atribut Produk ( $X_1$ ), <i>Word of Mouth</i> ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	156

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Total Jumlah Buku Komik yang Tertera pada Website Belanja Online Toko Buku Gramedia per Januari 2016 & 2017	2
Gambar 1.2 Tahap Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 1.3 <i>Discretionary Product Matrix</i> .....	36
Gambar 1.4 Model Hipotesis .....	45
Gambar 1.5 Kurva Uji t (Uji 2 Pihak (Two Tail Test)) .....	71
Gambar 1.8 Kurva Uji F.....	73
Gambar 2.1 Maskot Reon dan Oren.....	83
Gambar 2.2 Maskot Reyna.....	84
Gambar 2.3 Maskot Reno .....	85
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Re:ON <i>Comics</i> .....	86
Gambar 2.5 Logo Re:ON <i>Comics</i> .....	87
Gambar 2.6 Logo ReON <i>Comics</i> pada <i>Wallpaper</i> untuk Smartphone .....	87
Gambar 2.7 <i>Cover</i> Tampak & Tampak Belakang.....	93
Gambar 3.1 Kurva Hasil Uji t Hipotesis 1 (two tail) .....	141
Gambar 3.2 Kurva Hasil Uji t Hipotesis 2 (two tail) .....	146
Gambar 3.3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis 3 (two tail) .....	151
Gambar 3.4 Kurva Hasil Uji F Hipotesis 4 (one tail) .....	157