

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Motto.....	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x

BAB I PENDAHULUAN.

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Tinjauan Pustaka	13
1.5.1 Tinjauan Empiris.....	13
1.5.2 Tinjauan Teoritis	21
1.5.2.1 Perilaku Konsumen.....	21
1.5.2.2 Produk.....	23
1.5.2.3 Keputusan Pembelian.....	33
1.8 Kerangka Pemikiran.....	43
1.9 Definisi Konsep dan Operasional	44
1.9.1 Definisi Konsep	44
1.9.2 Definisi Operasional	47

1.10 Metode penelitian	48
1.10.1 Tipe Penelitian	48
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
1.10.3 Lokasi dan Objek Penelitian	49
1.10.4 Sumber Data.....	49
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
1.10.6 Populasi dan Sampel	50
1.10.6.1 Populasi.....	50
1.10.6.2 Sampel dan Besaran Sampel.....	51
1.10.7 Teknik Sampling	52
1.10.8 Skala Pengukuran instrumen Penelitian.....	52
1.10.9 Uji Instrumen	53
1.10.10 Teknik Analisis Data.....	55
a. Analisis Deskriptif	55
b. Analisis Statistik Inferensial.....	56

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah Perusahaan	63
2.2 Produk Apple iPhone 6	64
2.3 Desain dan Spesifikasi Produk iPhone 6.....	65

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Analisis Cochran Q Test	77
3.2 Karakteristik Responden.....	80
3.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	85
3.4 Deskripsi Data Penelitian	87
3.5 Hasil Analisis Faktor	96
3.5.1 Uji KMO dan Bartlett.....	97

3.5.2 Penyusunan Matrik Korelasi	98
3.5.3 Komunalitas.....	99
3.5.4 Ekstraksi Faktor.....	100
3.5.5 Rotasi Faktor	101
3.5.6 Menamakan Faktor.....	102
3.6 Pembahasan.....	103

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pemetaan penelitian Terdahulu	18
Tabel 1.2 Keriteria Alpha Cronbach	55
Tabel 3.1 Tahap Pertama Uji Cochran Q Test	78
Tabel 3.2 Tahap Terakhir Uji Cochran Q Test	78
Tabel 3.3 Indikator – indikator yang tereliminasi	79
Tabel 3.4 Jenis Kelamin Responden	81
Tabel 3.5 Usia Responden.....	82
Tabel 3.6 Pendidikan Terakhir Responden	83
Tabel 3.7 Pekerjaan / Status Responden	84
Tabel 3.8 Frekuensi Membeli Produk iPhone 6.....	85
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 3.11 Deskripsi Jawaban Pernyataan Merek Terkenal Produk iPhone 6.....	89
Tabel 3.12 Deskripsi Jawaban Pernyataan Kinerja / Fungsi Produk iPhone 6.....	89
Tabel 3.13 Deskripsi Jawaban Pernyataan Desain Produk	90
Tabel 3.14 Deskripsi Jawaban Pernyataan Kualitas Produk.....	91
Tabel 3.15 Deskripsi Jawaban Pernyataan Keunggulan Produk.....	91
Tabel 3.16 Deskripsi Jawaban Pernyataan Citra Produk	92
Tabel 3.17 Deskripsi Jawaban Pernyataan Harga Produk	93
Tabel 3.18 Deskripsi Jawaban Pernyataan Gaya Hidup	93
Tabel 3.19 Deskripsi Jawaban Pernyataan Lingkungan Sosial.....	94
Tabel 3.20 Deskripsi Jawaban Pernyataan Prestise	95
Tabel 3.21 Deskripsi Jawaban Pernyataan Kesesuaian Produk Dengan Spesifikasi yang Ditawarkan	95

Tabel 3.22 Hasil Uji KMO.....	97
Tabel 3.23 Matrik Korelasi dan <i>Anti – Image</i>	98
Tabel 3.24 Hasil Uji Komunalitas.....	99
Tabel 3.25 Hasil Ekstraksi	100
Tabel 3.26 Hasil Rotasi Faktor.....	102
Tabel 3.27 Rangking Faktor.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market Share</i> Produk iPhone Tahun 2014 – 2015	6
Gambar 1.2 <i>Market Share Smartphone</i> Amerika Kuartal ke – 4 Tahun 2007	7
Gambar 1.3 <i>Market Share Smartphone</i> Secara Global Kuartal ke – 2 Tahun 2014 – 2015	7
Gambar 1.4 <i>Market Share</i> iPhone Berdasarkan iPhone Model	11
Gambar 1.5 Tahap – Tahap Dalam Proses Pembelian	35
Gambar 1.7 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 2.1 iPhone 6	65