

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Citra Merek.....	16
3. Kualita Produk.....	20
4. Harga	22
5. Keputusan Pembelian	25
B. Penelitian Terdahuku.....	28
C. Hubungan antar Variabel	33
1. Hubungan Citra merek dengan Keputusan Pembelian	33
2. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	33
3. Hubungan Harga dengan Keputusan pembelian	34
D. KerangkaPemikiran.....	34
E. Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Objek Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	38
1) Besaran Sampel.....	38

2) Teknik Pengambilan Sampling.....	39
D. Metode Pengumpulan Data	39
E. Jenis Data	40
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Cita Merek.....	40
2. Kualitas Produk	41
3. Harga	41
4. Keputusan Pembelian	42
G. Skala Pengukuran Variabel	43
H. Uji Instrumen	44
a) Uji validitas	44
b) Uji Reabilitas	47
I. Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif.....	48
2. Analisis Kuantitatif	48
J. Penguji Hipotesis.....	49
a). Uji F.....	50
b). Uji Koefisien Determinan (R)	51
c). Uji t.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Analisis Deskriptif Responden.....	54
2. Analisis Deskriptif Variabel	58
3. Analisis Kuantitatif	61
a. Analisis Regresi Linier Berganda	62
b. Uji F	63
c. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	64
d. Uji Hipotesis (Uji t)	64
B. Pembahasan	65
1. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	65
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	67
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan penelitian ini.....	30
Tabel 3.1	Uji Validitas Data.....	46
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4.5	Penilaian Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.6	Penilaian Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.7	Penilaian Variabel Harga.....	60
Tabel 4.8	Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penjualan Smartphone ke Seluruh Indonesia 2018	4
Gambar 1.2	Penjualan Smartphone 2018	6
Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Pembelian	26
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian	76
Lampiran II	Rekapitulasi Data 30 Responden	83
Lampiran III	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	87
Lampiran IV	Rekapitulasi Data 80 Responden	93
Lampiran V	Analisis Deskriptif	101
Lampiran VI	Analisis Regresi	104