

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	14
B. Pengaruh Antar Variabel	42
C. Penelitian Terdahulu.....	47
D. Kerangka Pemikiran	49
E. Hipotesis.....	50

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	52
B. Populasi dan Sampel Penelitian	52
C. Jenis Data dan Metode Penelitian.....	55
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	56
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	57

F. Skala Pengukuran Variabel	63
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
H. Metode Analisis Data	68

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Responden	76
B. Analisis Deskriptif Variabel	80
C. Pengujian Hipotesis	85
D. Pembahasan	101

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	115
----------------------	-----

LAMPIRAN.....	118
---------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 5 Vendor <i>Smartphone</i> Teratas pada Q2 Tahun 2019	5
Gambar 2.1 Faktor yang Mempegaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Atau Proses Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.3 Faktor-Faktor Pada Penetapan Harga.....	32
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
Gambar 3.1 Pengaruh Hubungan Antar Variabel	70
Gambar 4.1 Hasil Analisis Jalur dengan <i>Software</i> SPSS 25.....	92
Gambar 4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	93
Gambar 4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	95
Gambar 4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 5 Perusahaan <i>Smartphone</i> Teratas berdasarkan Market Share Tahun 2015-2018	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Skala Interval Distribusi Kriteria Pendapat Responden.....	65
Tabel 3.2 Uji Validitas	66
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.1 Kota/Kabupaten Domsili Responden.....	76
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4.3 Usia Responden	77
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	78
Tabel 4.5 Frekuensi Pembelian Responden	78
Tabel 4.6 Tipe <i>Smartphone</i> Samsung yang Digunakan Responden	79
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Kualitas Produk	80
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Harga	81
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Citra Merek	82
Tabel 4.10 Penilaian Variabel Kepercayaan Konsumen.....	83
Tabel 4.11 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Sederhana Model I	85
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Sederhana Model II.....	87
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Sederhana Model III.....	88
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Sederhana Model IV	90

Tabel 4.19 Pengaruh Langsung Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen	91
Tabel 4.20 <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	93
Tabel 4.21 <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	96
Tabel 4.22 <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	98
Tabel 4.23 Perhitungan Uji Intervening	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2 : Rekapitulasi Data Uji 30 Responden.....	126
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	131
Lampiran 4 : Rekapitulasi Data 110 Responden.....	138
Lampiran 5 : Analisis Deskriptif Responden	152
Lampiran 6 : Analisis Deskriptif Variabel	155
Lampiran 7 : Analisis Regresi/ <i>Path</i> dan Uji Sobel	158