

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Hubungan Antar Variabel	29
D. Kerangka Pemikiran	32
E. Hipotesis	32
BAB III : METODE PENELITIAN	34
A. Rancangan Penelitian	34
B. Populasi	34
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	36
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Jenis Data Penelitian	39
G. Prosedur Pengumpulan Data	40
H. Uji Instrumen	40
I. Teknik Analisis Data	44
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Deskriptif	54
B. Analisis Kuantitatif	59
C. Pembahasan	70
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	76

A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	26
3.1 Definisi Operasional Variabel	38
3.2 Uji Validitas	42
3.3 Uji Reliabilitas	43
3.4 Hasil Model Analisis Jalur	52
4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	55
4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Status/Pekerjaan	57
4.5 Persepsi Responden terhadap variabel Kepuasan Konsumen	57
4.6 Persepsi Responden terhadap variabel Citra Merek	58
4.7 Persepsi Responden terhadap variabel Kualitas Produk	59
4.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana Hipotesis 1	59
4.9 Hasil Analisis Regresi Sederhana Hipotesis 2	62
4.10 Hasil Analisis Regresi Sederhana Hipotesis 3	65
4.11 Hasil Model Analisis Jalur beserta Besar Pengaruhnya	69

DAFTAR GAMBAR

1.1 Peningkatan Pengguna Smartphone	1
1.2 Pembuatan Model Smartphone dalam Kurun Waktu 10 Tahun	3
1.3 Lima Perusahaan Smartphone Indonesia dengan Market Share Tertinggi	4
2.1 Kerangka Pemikiran	32
3.1 Model Analisis Jalur	51
4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	64
4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	67
4.4 Model Analisis Jalur beserta Besar Pengaruhnya	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	80
Lampiran 2 : Rekapitulasi data Penelitian	84
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas	103
Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden	113
Lampiran 5 : Frekuensi Variabel	119
Lampiran 6 : Hasil Uji Hipotesis	123