

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Tinjauan Teoritis	10
1.5.1.1 Bauran Pemasaran	10
1.5.1.2 Atribut Produk	12
1.5.1.3 Persepsi Harga	15
1.5.1.4 Iklan	19
1.5.1.5 Keputusan Pembelian	24
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	30
1.5.3 Konsep Yang Menghubungkan Antar Variabel	35
1.6 Kerangka Pemikiran.....	39
1.7 Hipotesis.....	40
1.8 Definisi Konsep dan Operasional.....	41
1.9 Metode Penelitian.....	47

1.9.1 Tipe Penelitian.....	47
1.9.2 Objek Penelitian	47
1.9.3 Alasan Pemilihan Lokasi.....	47
1.9.4 Populasi dan Sampel	48
1.9.5 Teknik Sampling	48
1.9.6 Sumber Data	50
1.9.7 Metode Pengumpulan Data	50
1.9.8 Skala Pengukuran	50
1.9.9 Teknik Analisis Data	54
1.9.10 Uji Hipotesis	56
1.9.11 Uji Koefisien Determinasi	57
BAB 1I. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	59
2.1 Sejarah Umum Perusahaan	59
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	62
2.3 Daftar Produk Samsung	62
BAB 1II. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
3.1 Karakteristik Responden	64
3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.2.1. Uji Validitas.....	69
3.2.2. Uji Reliabilitas	71
3.3 Analisis Data Hasil Penelitian.....	72
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	72
3.4 Uji Asumsi Klasik.....	104
3.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	106
3.6 Uji Hipotesis.....	107
3.7 Analisis Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	109
3.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	110

BAB 1V. PENUTUP	115
4.1 Kesimpulan.....	115
4.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Lima Besar Market Share Smartphone di Indonesia Tahun 2017	4
Tabel 1.2	Market Share Smartphone di Indonesia Berdasarkan Vendor	4
Tabel 1.3	Market Smartphone di Indonesia Tahun 2016-2017.....	7
Tabel 1.4	Model Prilaku Pembelian.....	25
Tabel 1.5	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 1.6	Definisi Operasional	45
Tabel 1.7	Skala Pengukuran.....	51
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	68
Tabel 3.6	Uji Validitas Atribut Produk.....	69
Tabel 3.7	Uji Validitas Persepsi Harga	70
Tabel 3.8	Uji Validitas Iklan.....	70
Tabel 3.9	Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
Tabel 3.10	Uji Reliabilitas	71
Tabel 3.11	Kategori Skor Analisis Deskriptif.....	72
Tabel 3.12	Skala Distribusi Analisis Deskriptif.....	73
Tabel 3.13	Fitur yang dimiliki smartphone Samsung menarik	74
Tabel 3.14	Fitur Samsung beragam	74
Tabel 3.15	Fitur Samsung berbeda dengan merek lain	75
Tabel 3.16	Smartphone Samsung memiliki desain yang elegan.....	76
Tabel 3.17	Smartphone Samsung memiliki ukuran yang nyaman	76
Tabel 3.18	Smartphone Samsung memiliki varian warna yang banyak	77
Tabel 3.19	Smartphone Samsung memiliki jaminan kualitas baik	78

prioritas pilihan	102
Tabel 3.46 Rekapitulasi Rata-rata Item Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 3.47 Uji Normalitas.....	104
Tabel 3.48 Uji Multikolinieritas.....	105
Tabel 3.49 Uji Heterokedastisitas	106
Tabel 3.50 Analisis Linier Berganda	106
Tabel 3.51 Uji Hipotesis Secara Simultan	108
Tabel 3.52 Hasil Hipotesis Secara Parsial.....	108
Tabel 3.53 Uji koefisien determinasi.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna smartphone di Indonesia 2013-2018	2
Gambar 1.2 Model Prilaku Pengambilan Keputusan Konsumen.....	25
Gambar 1.3 Model Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 1.5 Model Hipotesis	40
Gambar 2.1 Daftar Produk Terbaru Samsung	63