

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Tinjauan Pustaka.....	12
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	12
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	35
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	61
1.7 Kerangka Pemikiran.....	66
1.8 Hipotesis.....	72
1.9 Model Hipotesis.....	73
1.10 Definisi Konsep, Operasional, dan Indikator.....	73
1.10.1 Definisi Konsep.....	73
1.10.2 Definisi Operasional.....	75
1.11 Metode Penelitian.....	79
1.11.1 Jenis Penelitian.....	79
1.11.2 Objek Penelitian.....	79

1.11.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	80
1.11.4 Populasi dan Sampel.....	80
1.11.5 Jenis Data.....	82
1.11.6 Teknik Pengumpulan Data.....	83
1.11.7 Skala Pengukuran.....	83
1.11.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	84
1.11.9 Teknik Analisis Data.....	86
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	94
2.1 Sejarah iBox.....	94
2.2 Visi dan Misi iBox.....	96
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	96
2.4 Logo iBox.....	99
2.5 Lokasi iBox Lippo Plaza Yogyakarta.....	99
2.6 Produk iPhone yang Dijual iBox.....	99
2.7 Gambaran Keputusan Pembelian iBox.....	104
2.8 Gambaran Citra Merek iPhone.....	105
2.9 Gambaran Kualitas Produk iPhone.....	107
2.10 Gambaran Kualitas Layanan.....	112
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	117
3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	117
3.1.1 Uji Validitas.....	117
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	120
3.2 Karakteristik Responden.....	121
3.2.1 Jenis Kelamin.....	122
3.3 Analisis Data.....	122
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	122
3.3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	123
3.3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	130
3.3.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	144

3.3.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	153
3.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	160
3.3.2.1 Uji Normalitas.....	160
3.3.2.2 Uji Multikolinearitas.....	161
3.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	162
3.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	162
3.3.4 Pengujian Hipotesis.....	164
3.3.4.1 Uji F (Uji Secara Simultan).....	164
3.3.4.2 Uji t (Uji Secara Parsial).....	165
3.3.4.2.1 Citra Merek.....	165
3.3.4.2.2 Kualitas Produk.....	165
3.3.4.2.3 Kualitas Layanan.....	166
3.3.5 Koefisien Determinasi.....	166
3.3.6 Hasil Analisis Hipotesis.....	167
3.4 Pembahasan.....	168
3.4.1 Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	168
3.4.2 Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	170
3.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	171
3.4.4 Pengaruh Citra Merek (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Layanan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	173
BAB IV PENUTUP.....	175
4.1 Kesimpulan.....	175
4.2 Saran.....	175
DAFTAR PUSTAKA.....	178