

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	Vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Perilaku Konsumen dan Perilaku Pembelian Konsumen.....	9
a. Model perilaku konsumen.....	9
b. Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
1) Faktor Budaya.....	10
a) Budaya.....	10
b) Subbudaya.....	10
c) Kelas Sosial.....	10
2) Faktor Sosial.....	11

a) Kelompok.....	11
b) Keluarga.....	11
c) Peran dan Status.....	11
3) Faktor Pribadi.....	11
a) Usia dan Tahan Hidup Siklus.....	11
b) Pekerjaan.....	11
c) Situasi Ekonomi.....	12
d) Gaya Hidup.....	12
e) Kepribadian dan Konsep Diri.....	12
4) Faktor Psikologis.....	12
a) Motivasi.....	12
b) Persepsi.....	12
c) Pembelajaran.....	12
d) Keyakinan dan Sikap.....	12
c. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	13
1) Perilaku Pembelian Kompleks.....	13
2) Perilaku Pembelian Pengurangan Disonasi.....	13
3) Perilaku Pembelian Kebiasaan.....	13
4) Perilaku Pembelian Mencari Keragaman.....	13
d. Proses Keputusan Pembelian.....	13
1) Pengenalan Masalah.....	14
2) Pencarian Informasi.....	14

3) Evaluasi Alternatif.....	14
4) Keputusan Pembelian.....	15
5) Perilaku Pasca Pembelian.....	15
e. Pihak-Pihak yang Terlibat Dalam Proses Keputusan Pembelian.	15
1) Pengguna.....	15
2) Orang yang Mempengaruhi.....	15
3) Pembeli.....	16
4) Pengambilan Keputusan.....	16
5) Penjaga Gerbang.....	16
2. Keputusan Pembelian.....	16
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
b. Dimensi Keputusan Pembelian.....	18
1) Merek.....	18
2) Penyalur.....	18
3) Kuantitas.....	18
4) Waktu.....	18
5) Metode Pembayaran.....	18
3. Kualitas Produk.....	18
a. Pengertian Kualitas Produk.....	18

b. Dimensi Kualitas Produk.....	20
1) <i>Performance</i> (kinerja).....	20
2) <i>Durability</i> (Daya Tahan).....	20
3) <i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian Spesifikasi).....	20
4) <i>Features</i> (Fitur).....	20
5) <i>Reliability</i> (Reliabilitas).....	20
6) <i>Aesthetics</i> (Estetika).....	21
7) <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas).....	21
8) <i>Serviceability</i>	21
4. Citra Merek.....	21
a. Pengertian Citra Merek.....	21
b. Dimensi Citra Merek.....	23
1) Kesan Profesional.....	23
2) Kesan Moderen.....	23
3) Produk Mampu Melayani Semua Segmen.....	24
4) Perhatian Pada Konsumen.....	24
5. Harga.....	24
a. Pengertian Harga.....	24
b. Dimensi Harga.....	25
1) Keterjangkauan Harga.....	25

2) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk.....	25
3) Daya Saing Harga.....	25
4) Kesesuaian Harga dengan Manfat Produksi.....	25
5) Harga Mempengaruhi Daya Beli Konsumen.....	25
6) Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan.....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hubungan Antar Variabel.....	26
1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
3. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
D. Kerangka Konseptual.....	28
E. Hipotesis.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Obyek dan Waktu Peneliian.....	31
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	32

3. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Sumber Data.....	33
1. Data Primer.....	33
2. Data Sekunder.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Definisi Operasional Variabel.....	34
1. Variabel Dependen.....	34
2. Variabel Independen.....	35
a. Kualitas Produk.....	35
b. Citra Merek.....	36
c. Harga.....	36
G. Skala Pengukuran.....	37
H. Pengujian Instrumen.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	41
I. Teknik Analisis Data.....	42
1. Deskripsi Data.....	42
a. Analisis Deskriptif.....	42
b. Analisis Kuantitatif.....	42
J. Analisis Regresi Berganda.....	43
K. Pengujian Hipotesis.....	44

1. Uji Serentak (Uji f).....	44
2. Uji Parsial (Uji t).....	46
BAB IV. ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Analisis Deskripsi.....	48
1. Deskriptif Karakteristik Responden.....	48
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	49
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan.	50
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	51
2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
a. Variabel Kualitas Produk.....	52
b. Variabel Citra Merek.....	52
c. Variabel Harga.....	53
d. Variabel Keputusan Pembelian.....	54
B. Analisis Kuantitatif.....	55
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
2. Koefisien Determinasi.....	57
3. Pengujian Hipotesis.....	57
a. Uji Serentak (Uji F).....	57
b. Uji Parsial (Uji t).....	58

4. Pembahasan.....	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Telekomunikasi	5
Tabel 1.2 List Harga <i>Handphone</i> Samsung	6
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	26
Tabel 3.1 Hasil Validitas Kualitas Produk.....	39
Tabel 3.2 Hasil Validitas Citra Merek	40
Tabel 3.3 Hasil Validitas Harga.....	40
Tabel 3.4 Hasil Validitas Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabel.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	51
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Harga.....	54
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 5.0 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 5.1 Hasil Uji F.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	9
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	67
Lampiran 2: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 30 Responden.....	73
Lampiran 3: Tabulasi Data.....	79
Lampiran 4: Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 5: Hasil Regresi.....	101