

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Citra Merek.....	9
2.1.1. Memilih Elemen Merek.....	10
2.1.2. Tujuan Penggunaan Merek.....	11
2.1.3. Dimensi Citra Merek.....	12
2.2. Harga.....	13
2.2.1. Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	15
2.2.2.1 Faktor Internal Perusahaan.....	15
2.2.2.2 Faktor Eksternal Perusahaan.....	16
2.2.3. Dimensi Harga.....	17
2.3. Keputusan Pembelian.....	18
2.3.1. Tahap-tahap dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
2.3.2. Aspek-Aspek Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.3.4. Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.4. Penelitian Terdahulu.....	25

2.5. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.5.1. Hubungan Antara Citra Merek dan Harga secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.5.2. Hubungan Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.5.3. Hubungan Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.5.4. Hubungan Antara Apakah Harga Paling Dominan terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.6. Hipotesis.....	28
2.7. Model Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Riset.....	30
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1. Populasi.....	30
3.2.2. Sampel.....	30
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1. Jenis Data.....	32
3.3.2. Sumber Data.....	33
3.4. Unit Analisis.....	34
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5.1. Citra Merek (X1).....	34
3.5.2. Harga (X2).....	35
3.5.3. Keputusan Pembelian (Y).....	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1. Uji Instrumen.....	38
3.6.1.1. Uji Validitas.....	38
3.6.1.2. Uji Reliabilitas.....	39
3.7. Uji Hipotesis.....	40
3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.2. Uji Simultan (F).....	40
3.7.3. Uji Parsial (t).....	41
3.7.4. Koefisien Determinasi.....	41

BAB VI Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian.....	43
4.1.1. Deskriptif Data / Karakteristik Responden.....	43
4.1.2. Uji Instrumen.....	47
4.1.2.1. Uji Validitas.....	47
4.1.2.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.1.3. Analisis Regresi Berganda.....	51
4.1.4. Uji Hipotesis.....	53
4.1.4.1. Uji F (Simultan).....	53
4.1.4.2. Uji t (Parsial).....	53
4.1.4.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.1.5. Hasil Dominan.....	56
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57

4.2.1. Pengaruh Citra Merek (X_1) dan Harga (X_2) secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.2.2. Pengaruh Citra Merek (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.2.3. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.2.4. Pengaruh Harga (X_2) yang Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.3. Temuan Penelitian.....	59
4.4. Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V Kesimpulan dan Saran	
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	62
5.2.1. Saran dari penulis kepada PT Samsung Electronics Indonesia (SEIN) selaku yang memproduksi <i>Smartphone</i> Samsung.....	62
5.2.2. Disarankan Kepada Peneliti Selanjutnya.....	63
5.3. Implikasi Penelitian.....	63
5.3.1. Secara Teoritis.....	63
5.3.2. Secara Praktik.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	67