

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	7
1.3. Perumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	10
2.1.1. Kualitas Produk .....	10
2.1.1.1. Definisi Kualitas Produk .....	10
2.1.1.2. Peran Kualitas Produk .....	11
2.1.1.3. Dimensi Kualitas Produk .....	13
2.1.2. Harga .....	14
2.1.2.1. Definisi Harga .....	14
2.1.2.2. Dimensi Harga.....	15
2.1.2.3. Faktor-Faktor Penetapan Harga .....	16
2.1.3. Citra Merek .....	18
2.1.3.1. Definisi Citra Merek .....	18
2.1.3.2. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek .....	19
2.1.3.3. Dimensi Citra Merek .....	20
2.1.3.4. Manfaat Citra Merek .....	21
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.1. Definisi Keputusan Pembelian .....	23

2.1.4.2. Tahapan Keputusan Pembelian .....	24
2.1.4.3. Dimensi keputusan pembelian .....	26
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu .....	28
2.3. Hubungan antar Variabel .....	34
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek .....	34
2.3.2. Hubungan Harga Terhadap Citra Merek .....	34
2.3.3. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.3.4. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.3.5. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.3.6. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	36
2.3.7. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek .....	36
2.4. Hipotesis .....	37
2.5. Model Penelitian .....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN ..... 39**

3.1. Desain Riset .....	39
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	39
3.2.1. Jenis Data .....	39
3.2.2. Sumber Data .....	40
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.3.1. Populasi .....	41
3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	42
3.4. Unit Analisis .....	43
3.5. Definisi Operasionalisasi Variabel .....	43
3.6. Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.6.1.1. Uji Validitas .....	50
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	50
3.6.2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	49
3.6.3. Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ).....	51
3.6.4. Uji t dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 56**

4.1. Profil Objek Penelitian.....	56
4.2. Hasil Penelitian.....	56
4.2.1. Deskriptif Data/Karakteristik Responden .....	56
4.2.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2.1.2. Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.2.1.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.2.1.4. Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan .....	60
4.2.1.5. Responden Berdasarkan Pembelian iPhone .....	61
4.3.1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	62
4.3.2. Hasil Uji Validitas Harga .....	62

4.3.3. Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	63
4.3.4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	64
4.4. Hasil Uji Reliabilitas .....	65
4.5. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	65
4.5.1. Analisis Jalur Tahap Pertama.....	66
4.5.1.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	66
4.5.1.2. Pengaruh Harga terhadap Citra Merek .....	67
4.5.1.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Bersama-sama terhadap Citra Merek.....	67
4.5.2. Analisis Jalur Tahap Kedua .....	68
4.5.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.5.2.2. Pengaruh Harga terhadap keputusan Pembelian .....	69
4.5.2.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.5.2.4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek secara Bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian .....	70
4.5.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 .....	71
4.5.3.1. Sobel Test Tahap Pertama .....	71
4.5.3.2. Sobel Test Tahap Kedua .....	73
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	74
4.6.2. Pengaruh Harga terhadap Citra Merek .....	75
4.6.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	75
4.6.4. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.6.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.6.6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .....	77
4.6.7. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .....	77
4.7. Temuan Penelitian .....	77
4.8. Keterbatasan Penelitian .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Market <i>Share Smartphone</i> .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Skala Interval .....	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	48
Tabel 3.3 Skala Reliabilitas .....	51
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Harga.....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.6 Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Pertama.....	66
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 4.8 Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Kedua .....	68
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi .....	70
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	65

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Kualitas Produk iPhone .....	4
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Harga iPhone .....	5
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Citra Merek iPhone.....	6
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian .....	24
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	38
Gambar 3.1 Hubungan Sub - Struktural $X_1$ dan $X_2$ terhadap $Z$ .....	53
Gambar 3.2 Hubungan Sub - Struktural $X_2$ Variabel dan $X_1$ , $X_2$ , dan $Z$ terhadap $Y$ .....	54
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan .....	60
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pembelian iPhone .....	61
Gambar 4.6 Hasil Tahap Pertama Analisis Jalur .....	66
Gambar 4.7 Hasil Tahap Kedua Analisis Jalur .....	68
Gambar 4.8 Tahap Ketiga Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 .....	71
Gambar 4.9 Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Pertama ...	72
Gambar 4.9 Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Kedua.....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner .....	85
Lampiran 2 Karakteristik 30 Responden .....	90
Lampiran 3 Tabulasi <i>Present</i> .....	91
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	95
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	100
Lampiran 6 Data Tabulasi Karakteristik 110 Responden .....	101
Lampiran 7 Tabulasi 110 Responden .....	102