

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	11
1.2.1. Identifikasi Masalah	11
1.2.2. Pembatasan Masalah	12
1.3. Perumusan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Prilaku Konsumen	15
2.1.1. Model Prilaku Konsumen	16
2.2. Kualitas Produk	19
2.2.1. Dimensi Kualitas Produk	22
2.3. Harga	23
2.3.1 Tujuan Penetapan Harga	24
2.3.2. Dimensi Harga	26
2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	26
2.4.1. Tujuan Pemberian Merek (<i>Brand</i>)	28
2.4.2. Dimensi Citra Merek	28
2.5. Keputusan Pembelian	30
2.5.1. Proses Keputusan Pembelian	31
2.6. Penelitian Terdahulu	33
2.7. Hubungan Antar Variabel	37
2.7.1. Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37

2.7.2.	Hubungan Antara Harga (<i>Price</i>) Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7.3.	Hubungan Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.7.4.	Hubungan Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.7.5.	Hubungan Kualitas Produk (X1) Berpengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	40
2.8.	Hipotesis	40
2.9.	Model Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Desain Riset	41
3.2.	Jenis dan Sumber Data	42
3.2.1.	Jenis Data	42
3.2.2.	Sumber Data	42
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1.	Populasi	43
3.3.2.	Sampel	43
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	44
3.4.	Unit Analisis	45
3.5.	Definisi Operasional Variabel	45
3.6.	Teknik Analisis Data	49
3.6.1.	Uji Instrumen	50
3.6.1.1.	Uji Validitas	50
3.6.1.2.	Uji Realibilitas	51
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	52
3.6.2.1.	Uji Normalitas	52
3.6.2.2.	Uji Multikolonieritas	53
3.6.2.3.	Uji Heteroskedastisitas	54
3.6.3.	Uji Hipotesis	54
3.6.3.1.	Analisis Linier Berganda	54
3.6.3.2.	Uji Simultan f	55
3.6.3.3.	Uji Parsial t	56
3.6.3.4.	Koefisien Determinasi R	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Hasil Penelitian	59
4.1.1.	Responden Berdasarkan Usia	59

4.1.2.	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
4.1.3.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.1.4.	Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	62
4.1.5.	Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	63
4.2.	Uji Validitas	63
4.3.	Uji Reliabilitas	66
4.4.	Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	67
4.4.2.	Hasil Uji Multikolonieritas	68
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.6.	Uji Hipotesis	72
4.6.1.	Uji F	72
4.6.2.	Uji t	73
4.6.3.	Koefisien Determinasi R^2	75
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.7.1.	Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	76
4.7.2.	Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	77
4.7.3.	Pengaruh Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	78
4.7.4.	Pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.5.	Pengaruh Citra Merek (X3) Sebagai Faktor Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	80
4.8.	Temuan Penelitian	81
4.9.	Keterbatasan Penelitian	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	83
5.2.	Saran	84
5.2.1.	Saran Untuk Perusahaan	84
5.2.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	85
5.3.	Implikasi Penelitian	85

DAFTAR PUSTAKA	87
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN KUISIONER.....	90
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1	Operasional Variabel	47
Tabel 3.2	Tabel Skala Likert	49
Tabel 3.3	Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	62
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	63
Tabel 4.6	Uji Validitas	64
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Reliabilitas	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolonieritas	69
Tabel 4.9	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.10	Tabel ANOVA	73
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi (R^2)	76

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2	Hasil Pra <i>Survey</i> Kualitas Produk <i>Smartphone</i> Xiaomi	5
Gambar 1.3	Hasil Pra <i>Survey</i> Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi	6
Gambar 1.4	Data <i>Mobile Vendor Market Share Smartphone</i> Xiaomi	8
Gambar 1.5	Hasil Pra <i>Survey</i> Citra Merek	9
Gambar 2.1	Model Prilaku Konsumen	16
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian	31
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	41
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	68
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	70