

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Batasan Masalah.....	6
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Kualitas Produk	8
2.1.1. Pengertian Kualitas Produk.....	8
2.1.2. Dimensi Kualitas Produk	8
2.2. Citra Merek	9
2.2.1. Pengertian Citra Merek.....	9
2.2.2. Dimensi Citra Merek	10
2.3. Keputusan Pembelian	10
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.3.2. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	11
2.3.3. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	11
2.4. Loyalitas Pelanggan.....	12
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	12
2.4.2. Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	13
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.6. Hubungan Antar Variabel	21
2.6.1. Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	21

2.6.2. Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.6.3. Hubungan Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.6.4. Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Pelanggan	23
2.6.5. Hubungan Keputusan Pembelian Dengan Loyalitas Pelanggan ..	23
2.7. Hipotesis.....	24
2.8. Model Penelitian.....	24

BAB III METODELOGI PENELITIAN 25

3.1. Desain Riset.....	25
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	25
3.2.1. Jenis Data.....	25
3.2.2. Sumber Data.....	26
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3.1. Populasi.....	26
3.3.2. Sampel	27
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	27
3.4. Unit Analisis Data	28
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1. Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk.....	28
3.5.2. Definisi Operasional Variabel Citra Merek	28
3.5.3. Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	29
3.5.4. Definisi Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan	29
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.6.1. Uji Validitas	31
3.6.2. Uji Reliabilitas	32
3.6.3. Analisis Jalur.....	33
3.6.4. Uji F (Simultan)	36
3.6.5. Uji t (Parsial)	36
3.6.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN 38

4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Karakteristik Responden	38
4.1.2 Uji Validitas	40
4.1.3 Uji Reliabilitas	43
4.1.4 Analisis Deskriptif Penelitian	43
4.1.4.1 Kualitas Produk (X1)	44
4.1.4.2 Citra Merek (X2)	46

4.1.4.3 Keputusan Pembelian (Z)	46
4.1.4.4 Loyalitas Pelanggan (Y)	48
4.1.5 Uji Asumsi Klasik Model 1	49
4.1.5.1 Uji Normalitas Model 1	49
4.1.5.2 Uji Multikolinieritas Model 1	50
4.1.5.3 Uji Heterokedastisitas Model 1	50
4.1.6 Uji Asumsi Klasik Model 2	51
4.1.6.1 Uji Normalitas Model 2	51
4.1.6.2 Uji Multikolinieritas Model 2	52
4.1.6.3 Uji Heterokedastisitas Model 2	53
4.1.7 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	53
4.1.7.1 Analisis Jalur Tahap 1	53
4.1.7.2 Analisis Jalur Tahap 2	57
4.1.7.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	60
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	63
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	63
5.1.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
5.1.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	64
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
5.1.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
5.1.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan	66
5.2 Temuan Penelitian	67
5.3 Keterbatasan Penelitian	67
BAB VI PENUTUP	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	68
6.3 Implikasi Penelitian	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Presentase Pangsa Pasar Smartphone Dunia 2017-2018	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Skala Likert	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.3 Tabel Tingkat Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.3 Indeks Kualitas Produk (X1)	44
Tabel 4.4 Indeks Citra Merek (X2)	46
Tabel 4.5 Indeks Keputusan Pembelian (Z)	47
Tabel 4.6 Indeks Loyalitas Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Model 1	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Model 2	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas Model 2	52
Tabel 4.13 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t	54
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.15 Hasil Uji F Model 1	56
Tabel 4.16 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t	57
Tabel 4.17 Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 4.18 Hasil Uji F Model 2	60
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Pengaruh	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Presentase Pangsa Pasar Smartphone di Indonesia 2018.....	3
Gambar 1.3 Hasil Pra survey Kualitas Produk smartphone Vivo	4
Gambar 1.4 Hasil Pra survey Citra Merek smartphone Vivo.....	5
Gambar 2.1 Proses keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	24
Gambar 3.1 Diagram Jalur Hubungan Kausal.....	34
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Substruktur 1.....	35
Gambar 3.3 Hubungan Kausal Substruktur 2.....	35
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	39
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	39
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Berapa Lama Dalam Menggunakan Smartphone Vivo	40
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1	51
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2	53
Gambar 4.7 Analisis Jalur Tahap 1	55
Gambar 4.8 Analisis Jalur Tahap 2	59
Gambar 4.9 Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra Survey	76
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 3 Tabulasi 195 Responden	82
Lampiran 4 Hasil Ouput Uji Validitas dan Reliabilitas	102
Lampiran 5 Hasil Output Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 6 Hasil Output Uji Path Analisis	111