

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN 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
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Pembatasan Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Tinjauan Teori.....	12
2.1.1. Kualitas Produk	12
2.1.1.1 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.1.2. Harga.....	17
2.1.2.1 Tinjauan Penetapan Harga	19
2.1.2.2 Faktor yang Berpengaruh Dalam Penetapan Harga	19
2.1.2.3 Peranan Harga	20
2.1.2.4 Dimensi Harga	21
2.1.3. Keputusan Pembelian	22
2.1.3.1 Peran Dalam Pembelian	24
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian	25
2.1.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.1.3.4 Dimensi Keputusan Pembelian	29
2.1.4. Citra Merek	30
2.1.4.1 Dimensi Citra Merek	31
2.1.4.2 Tujuan Pemberian Nama Merek	32
2.2. PenelitianTerdahulu	33

2.3.	Hubungan Antar Variabel	36
2.4.	Hipotesis	41
2.5.	Model Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1.	Desain Riset	43
3.2.	Jenis dan Sumber Data	43
3.2.1.	Jenis Data	43
3.2.2.	Sumber Data	44
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3.1.	Populasi	44
3.3.2.	Sampel	45
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	46
3.4.	Unit Analisis	47
3.5.	Definisi Operasional Variabel	48
3.5.1.	Definisi Variabel	48
3.5.1.1	Kualitas Produk	48
3.5.1.2	Harga	50
3.5.2	Variabel Dependen	50
3.5.2.1	Keputusan Pembelian	50
3.5.2.2	Citra Merek	52
3.6.	Teknik Analisis Data	55
3.6.1.	Uji Validitas	55
3.6.2.	Uji Reliabilitas	56
3.6.3.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	57
3.6.4.	Koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Hasil Penelitian	64
4.1.1.	Deskriptif / Karakteristik Responden	64
4.1.2.	Uji Validitas	68
4.1.3.	Uji Reliabilitas	71
4.1.4.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	72
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	81
4.2.2.	Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek	82
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.2.4.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.2.5.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.2.6.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek	85
4.2.7.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan	

Pembelian Melalui Citra Merek.....	86
4.3. Temuan Penelitian.....	87
4.4. Keterbatasan Penelitian.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran.....	90
5.3. Implikasi Penelitian.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Data 10 Besar Vendor Smartphone Berdasarkan Pasar Saham.....	3
1.2.	Data Harga <i>Smartphone</i>	7
2.1.	Penelitian Terdahulu	33
3.1.	Instrumen Skala Likert Dalam Penelitian	47
3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.3.	Cronbach Alpha	57
4.1	Hasil Uji Validitas.....	69
4.2.	Hasil Uji Reliabilitas	72
4.3.	Hasil Uji Regresi Kualitas Produk dan Harga terhadap Citra Merek	73
4.4.	Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Harga terhadap Citra Merek	74
4.5.	Hasil Uji Regresi Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.6.	Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.7.	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	81

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Grafik Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> Di Indonesia.....	1
1.2.	Gambar Hasil Data Pra Survey Kualitas Produk	6
2.1.	Proses Keputusan Pembelian	25
2.2.	Model Penelitian	42
3.1.	Diagram Jalur Substruktural	59
3.2.	Hubungan Kausal Struktural 1	60
3.3.	Hubungan Kausal Struktural 2	61
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	65
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir	66
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Frekuensi Penggunaan.....	67
4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	68
4.7.	Tahap Analisis Jalur Tahap 1	75
4.8.	Tahap Analisis Jalur Tahap 2	78
4.9.	Tahap Analisis Jalur Gabungan	79

DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Tabel	Halaman
1.1.	GrafikJumlahPenggunaSmarphone Di Indonesia	1