

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	7
2.2 <i>Brand Awareness</i>	8
2.2.1 Fungsi <i>Brand Awareness</i>	8
2.2.2 Jenis <i>Brand Awareness</i>	9
2.3 Harga.....	10
2.3.1 Pengertian Harga.....	10
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	10
2.3.3 Metode Penetapan Harga.....	11
2.3.4 Dimensi Harga	12
2.4 Kepuasan Pelanggan	13

2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
2.4.2	Faktor Kepuasan Pelanggan	13
2.4.3	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
2.5	Keputusan Pembelian.....	15
2.5.1	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.5.2	Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.7.3	Dimensi Keputusan Pembelian	17
2.6	Penelitian Terdahulu	18
2.7	Hubungan Antar Variable	23
2.7.1	Hubungan <i>Brand Awareness</i> , harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.7.2	Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7.3	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7.4	Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.8	Hipotesis Penelitian	24
2.9	Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Desain riset.....	25
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.2.1	Jenis Data.....	25
3.2.3	Sumber Data	26
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	27
3.4	Unit Analisis Data	28
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1	Variabel Independen (X)	28
3.5.2	Variabel Dependen (Y)	29
3.6	Tabel Operasional Variabel	29
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	32

3.7.2 Uji Persyaratan Analisis Data	34
3.7.3 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Karakteristik Responden	40
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	42
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data.....	45
4.3.1 Uji Normalitas.....	45
4.3.2 Uji Multikolinieritas	47
4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	48
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	48
4.4 Analisis Data	49
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.4.2 Uji F.....	50
4.4.3 Uji t.....	50
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi	51
BAB V PEMBAHASAN	52
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
5.1.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	52
5.1.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
5.1.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
5.1.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	54
5.2 Temuan Penelitian	54
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	55
BAB VI KESIMPULAN	56
6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran	56
6.3 Implikasi Penelitian	57
DAFTAR PUSTAKA.....	61

LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 61

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universita
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universita
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universita
Esa U

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1.	Pengukuran Skala Likert	24
Tabel 3.2.	Operasional Variabel	28
Tabel 3.3.	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	32
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2.	Usia Responden	38
Tabel 4.3.	Pekerjaan Responden	39
Tabel 4.4.	Pendapatan Perbulan Responden.....	40
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.6.	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.7.	Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	43
Tabel 4.8.	Hasil Uji Normalitas Variabel Harga	44
Tabel 4.9.	Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4.10.	Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.11.	Hasil Uji Autokorelasi	46
Tabel 4.12.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.13.	Hasil Uji F	48
Tabel 4.14.	Hasil Uji t	48
Tabel 4.15.	Hasil Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengguna Smartphone Tahun 2020	1
Gambar 1.2. Data Pra Survey <i>Brand Awareness</i>	3
Gambar 1.3. Data Pra Survey Harga.....	3
Gambar 1.4. Data Pra Survey Kepuasan Pelanggan.....	4
Gambar 1.5. Data Pra Survey Keputusan Pembelian	4
Gambar 2.1. Model Penelitian	23
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Pra Survei</i>	59
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 3	Data Tabulasi Karakteristik Responden	66
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	67
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	71
Lampiran 6	Tabulasi Data 100 Responden	72
Lampiran 7	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	76
Lampiran 8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79