

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Penelitian Terdahulu	15
H. Hipotesis.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
A. Manajemen.....	27
B. Pemasaran	28
C. Manajemen Pemasaran.....	29
D. Citra Merek	33
E. <i>Country Of Orygin</i>	37
F. Keputusan Pembelian.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Metode Penelitian.....	49
B. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel.....	50
C. Jenis Data	51
1. Data Primer	51
2. Data Sekunder	52
D. Variable Penelitian	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
1. Kuesioner (Angket).....	56
F. Analisis Data	58
1. Uji Validitas (<i>Validity</i>).....	58
2. Uji Reliabilitas (<i>Reliability</i>).....	58
G. Teknik Analisis Data.....	59
a. Uji Regresi Berganda	58
b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	60
c. Pengujian Koefisien secara simultan (Uji F)	60
d. Koefisien Determinasi (R^2)	61
H. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum Smartphone Lenovo	64
B. Hasil Penelitian	70
1. Karakteristik Responden	70
2. Uji Validitas	71
3. Uji Reliabilitas	73
C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	76
1. Analisis Regresi Berganda	76
2. Uji Parsial (Uji T).....	77

3. Uji Simultan (Uji F)	79
4. Koefisien Determinasi (R^2)	80
D. Pembahasan Penelitian.....	81
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	81
2. Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
3. Pengaruh Citra Merek Dan <i>Country Of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Smartphone 2016.....	7
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	53
Tabel 3.2 Skala Citra Merek	56
Tabel 3.3 Skala <i>Country Of Origin</i>	57
Tabel 3.4 Skala Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	70
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas (X1) Citra Merek.....	71
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas (X2) <i>Country Of Origin</i>	72
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas (Y) Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.5 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas.....	74
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas (X1) Citra Merek	74
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas (X2) <i>Country Of Origin</i>	75
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas (Y) Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.9 Output Uji Regresi	76
Tabel 4.10 Output Uji T (X1) Citra Merek (X2) <i>Country Of Origin</i> (Y) Keputusan Pembelian	78
Tabel 4.11 Output Uji F	79
Tabel 4.12 Output Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	46

