

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Hasil Penelitian Terdahulu	11
G. Kerangka Pemikiran	17
H. Hipotesis Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Manajemen	22
B. Pemasaran	27
C. Citra Merek.....	31
D. Kualitas Produk	36

E. Keputusan Pembelian	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Metode Penelitian	47
B. Populasi dan Sampel.....	48
C. Jenis Data.....	51
D. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	55
F. Analisis Data.....	57
G. Lokasi dan Jadwal Penelitian	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum Perusahaan	65
B. Deskripsi Data	69
C. Analisis Data.....	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	108
Lampiran 1: SK Skripsi.....	108
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 3 : Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 4 : Distribusi r tabel, t tabel dan F tabel.....	122
Lampiran 5 : Hasil Uji SPSS tiap analisis	127
Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Uji Parsial dan Simultan	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2016 - 2019	2
Gambar 1. 2 Model Penelitian	19
Gambar 1. 3 Langkah Penelitian.....	20
Gambar 2. 1 Sistem Pemasaran Sederhana	28
Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan	43
Gambar 4. 1 Logo Apple.....	68
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Apple Inc	69
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Citra Merek (X_1).....	76
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk (X_2)	78
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Merek <i>Smartphone</i> yang Menguasai Pangsa Pasar Indonesia	3
Tabel 1. 2	<i>Top Brand for Teens Index</i> Tahun 2016 – 2020	5
Tabel 1. 3	Hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1	Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2017-2020	49
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3. 3	Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	59
Tabel 3. 4	Jadwal Penelitian	64
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 2	Karakteristik responden berdasarkan Angkatan Tahun di Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung	71
Tabel 4. 3	Interval Kelas dalam Deskripsi Hasil Penelitian.....	72
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek (X_1).....	73
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_2)	76
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	82
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	83
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	83
Tabel 4. 10	Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	84
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_1).....	85
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	85
Tabel 4. 13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	86
Tabel 4. 14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 4. 15	Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial)	89
Tabel 4. 16	Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	92
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
Tabel 4. 18	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	97