

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>                      | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                               | <b>ii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>             | <b>iii</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP PENELITI.....</b>                           | <b>iv</b>  |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>                            | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                   | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                       | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                    | <b>xix</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                    | <b>xiv</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah.....                               | 1          |
| B. Identifikasi Masalah.....                                 | 8          |
| C. Rumusan Masalah.....                                      | 9          |
| D. Tujuan Penelitian.....                                    | 9          |
| E. Manfaat Penelitian.....                                   | 10         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                          | <b>11</b>  |
| A.Kajian Penelitian Terdahulu.....                           | 11         |
| B.Konsep dan Teori.....                                      | 17         |
| 1. Manajemen.....  | 17         |
| 2. Manajemen Pemasaran.....                                  | 22         |
| 3. Keputusan Pembelian.....                                  | 24         |
| 4. Citra Merek.....  | 27         |
| 5. Harga.....  | 30         |
| 6. Kuaitas Produk.....                                       | 31         |
| C. Kerangka Berpikir.....                                    | 33         |
| 1. Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....    | 33         |
| 2. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....          | 33         |
| 3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.... | 34         |

|  |           |
|--|-----------|
| 4. Hubungan Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian ..... | 35        |
| D. Hipotesis .....   | 36        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>37</b> |
| A. Metode Penelitian dan Pendekatan .....  | 37        |
| 1. Metode .....  | 37        |
| 2. Pendekatan .....  | 37        |
| B. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....  | 37        |
| 1. Data Primer .....   | 37        |
| 2. Data Sekunder .....   | 38        |
| C. Populasi dan Sampel .....   | 38        |
| 1. Populasi .....  | 38        |
| 2. Sampel .....  | 38        |
| D. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....  | 39        |
| 1. Variabel Penelitian .....   | 39        |
| 2. Definisi Operasional Variabel .....   | 40        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....   | 42        |
| 1. Studi Kepustakaan .....   | 43        |
| 2. Studi Lapangan .....  | 43        |
| F. Teknik Analisis Data .....  | 44        |
| 1. Analisis Deskriptif .....   | 44        |
| 2. Uji Validitas .....   | 44        |
| 3. Uji Reliabilitas .....  | 45        |
| 4. Regresi Linear Berganda .....   | 45        |
| 5. Uji Hipotesis .....   | 46        |
| 6. Analisis Koefisien Determinasi (Kd) .....   | 47        |
| G. Tempat Dan Jadwal Penelitian .....  | 48        |
| 1. Tempat Penelitian .....   | 48        |
| 2. Jadwal Penelitian .....   | 48        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>50</b> |
| A. Gambaran Umum Perusahaan .....  | 50        |
| 1. Sejarah Perusahaan .....  | 50        |

|   |           |
|---|-----------|
| 2. Visi dan Misi Perusahaan .....   | 53        |
| 3. Struktur Organisasi Perusahaan.....  | 53        |
| 4. Logo.....  | 53        |
| <b>B. Hasil Deskriptif Data .....</b>   | <b>54</b> |
| 1. Statistik Deskriptif.....  | 54        |
| 2. Deskriptif Karakteristik Responden .....   | 55        |
| 3. Deskripsi Tanggapan Responden .....  | 56        |
| 4. Konsep Perolah Data dan Pengumpulan Data.....  | 70        |
| <b>C. Hasil Uji Instrumen Data .....</b>  | <b>72</b> |
| 1. Hasil Uji Validitas .....  | 72        |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas.....  | 74        |
| <b>D. Hasil Uji Regresi Linear berganda .....</b>   | <b>76</b> |
| <b>E. Hasil Uji Hipotesis.....</b>  | <b>77</b> |
| 1. Hasil Uji Parsial .....  | 77        |
| 2. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....   | 82        |
| 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....   | 84        |
| <b>F. Pembahasan Hasil Analisis.....</b>  | <b>86</b> |
| 1. Pengaruh Citra Merek (X1) secara parsial terhadap<br>Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Smartphone<br>Samsung .....  | 86        |
| 2. Pengaruh Harga (X2) secara parsial terhadap Keputusan<br>Pembelian (Y) Konsumen Smartphone Samsung .....   | 87        |
| 3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) secara parsial ter-<br>hadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Smartphone<br>Samsung .....                                    | 88        |
| 4. Pengaruh Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Kualitas<br>Produk (X3) secara simultan terhadap Keputusan Pem-<br>belian (Y) Konsumen Smartphone Samsung ..... | 89        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>   | <b>91</b> |
| A. Kesimpulan .....   | 91        |
| B. Saran.....   | 92        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>93</b> |