

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Penelitian Terdahulu	15
H. Hipotesis.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Manajemen.....	17
B. Pengertian Umum Pemasaran	17
C. Brand Image	18
D. Atribut Produk.....	20
E. Prilaku Konsumen	27
F. Keputusan Pembelian.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel	38

C. Sumber Data.....	40
D. Variabel dan Operasional Variabel	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Analisis Data	47
G. Waktu dan Tempat Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
1. Sejarah Berdirinya Samsung	56
2. Visi- Misi.....	57
3. Logo Perusahaan	58
2.Data Karakteristik Responden.....	58
1. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	58
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4. Garis kontinum	62
5. Hasil Penelitian.....	65
2. Analisis Data	66
1. Uji validitas	66
2. Uji Reliabilitas.....	68
3. Analisis regresi linier berganda.....	70
4. Uji Hipotesis.....	72
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
3. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V PENUTUP	77
A. KESIMPULAN	77
B. SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Beberapa Merek Smartphone Pada 1Q19 – 1Q20..	6
Tabel 1.2 Mini Survey.....	8
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Indikator Variabel Brand Image (X1).....	44
Tabel 3.2 Indikator Variabel Atribut Produk (X2).....	45
Tabel 3.3 Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 3.4 Kaidah Reliabilitas	50
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan pekerjaan	63
Tabel 4.4 Uji Validitas X1 (Brand Image).....	65
Tabel 4.5 Uji Validitas X2 (Atribut Produk)	66
Tabel 4.6 Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian).....	67
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas X1 (Brand Image).....	68
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas X2 (Atribut Produk).....	69
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Y (Keputusan pembelian).....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji t Secara Parsial	72
Tabel 4.12 Hasil Uji f Koefisien Regresi Secara Simultan.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 4.1 Logo perusahaan	60
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis kelamin	61
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan pekerjaan.....	64
Gambar 4.5 Garis Kontinum Brand Image	65
Gambar 4.6 Garis Kontinum Atribut Produk.....	67
Gambar 4.7 Garis Kontinum Keputusan Pembelian.....	68
Gambar 4.8 Kurva Uji-t	76
Gambar 4.9 Kurva Uji-t	76
Gambar 4.10 Kurva Uji-f	77

