

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	23
1.3.1 Tujuan Penelitian	23
1.3.2 Manfaat Penelitian	24
1.4 Sistematika Penulisan.....	24
BAB II	26
2.1 Landasan Teori	26
2.1.1 Pemasaran	26
2.1.2 S-O-R Theory	26
2.1.3 Definisi <i>Smartphone</i>	28
2.2 Definisi dan Indikator Variabel	29
2.2.1 Kualitas Produk	29
2.2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	30
2.2.2 Definisi Harga.....	32
2.2.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	32

2.2.3	Definisi Citra Merek	34
2.2.3.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	34
2.2.4	Definisi Minat Beli	36
2.2.4.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	37
2.2.5	Keputusan Pembelian	38
2.2.5.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	38
2.3	Hubungan Antar Variabel	45
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	45
2.3.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	46
2.3.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	47
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	48
2.3.5	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	49
2.3.6	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.3.7	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	51
2.4	Kerangka Pemikiran.....	52
2.5	Hipotesis.....	52
BAB III	54
3.1	Metode Penelitian	54
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	54
3.2.1	Variabel Penelitian	54
3.2.2	Definisi Operasional	55
3.3	Populasi dan Sampel.....	58
3.3.1	Populasi	58
3.3.2	Sampel	59
3.4	Jenis dan Sumber Data	60
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Kuesioner	61
3.5.2	Studi Kepustakaan	62
3.6	Metode Analisis Data.....	62
3.6.1	Kuantitatif	62

3.6.2	Kualitatif	70
BAB IV	71
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	71
4.2	Hasil Analisis	75
4.2.1	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	75
4.2.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	76
4.2.3	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	81
4.2.4	Analisis Persamaan <i>Structural equation modeling</i> (SEM).....	86
4.2.5	Uji Normalitas Data.....	92
4.2.6	<i>Multivariate</i> Outliers	93
4.2.7	Evaluasi Multikolinearitas	94
4.2.8	Evaluasi Nilai Residual.....	97
4.2.9	Uji Validitas.....	98
4.2.10	Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total effect</i>	99
4.2.11	Uji Reliabilitas dan <i>Variance extracted</i>	101
4.2.12	Uji Hipotesis.....	103
4.3	Pembahasan	106
4.3.1	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	106
4.3.2	Pengaruh Variabel Harga terhadap Minat Beli	108
4.3.3	Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Minat Beli.....	109
4.3.4	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	111
4.3.5	Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	113
4.3.6	Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	114
4.3.7	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	116
BAB V	119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	120
5.3	Implikasi Teoritis	121

5.4	Implikasi Manajerial	125
5.5	Keterbatasan Penelitian	129
5.6	Saran Penelitian.....	129
	DAFTAR PUSTAKA	131