

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Manfaat Penelitian .....	12
F. Kerangka Pemikiran .....	13
G. Hipotesis .....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Manajemen .....	23
B. Manajemen Pemasaran .....	28
C. Perilaku Konsumen .....	30
D. Keputusan Pembelian .....	31
1. Jenis – Jenis Perilaku Keputusan Pembelian . .....	32
2. Peranan Konsumen Dalam Pembuatan Keputusan .....	33

3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	34
E. Persepsi Kualitas .....	35
1. Dimensi Persepsi Kualitas Produk .....	37
2. Proses Pembentukan Persepsi .....	40
F. Sikap Konsumen .....	40
1. Dimensi Sikap .....	41
2. Ciri – Ciri Sikap .....	42
3. Faktor Yang Mempengaruhi Sikap .....	43

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Metodologi Penelitian .....	45
B. Populasi dan Sampel .....	47
1. Populasi .....	47
2. Sampel .....	47
C. Jenis Data .....	48
1. Data Primer .....	48
2. Data Sekunder .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data .....	48
E. Variabel Penelitian .....	50
F. Teknik Pengolahan Data .....	52
G. Tempat dan Waktu Penelitian .....	63

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	65
B. Pengertian Visi & Misi .....	66

C. Data Deskriptif Pengguna Smartphone di UIN SGD Bandung .....	68
D. Pengolahan Data Deskriptif .....	72
E. Analisis Data .....	82
1. Uji Validitas .....	82
2. Uji Reliabilitas .....	84
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	86
4. Uji Hipotesis .....	88
a. Uji Parsial .....	88
b. Uji Simultan .....	90
c. Analisis Uji Koefisien Korelasi .....	91
d. Koefisien Determinasi .....	94
F. Pembahasan .....	95
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	106
B. Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Volume Penjualan & Pangsa Pasar Smartphone 2016-2017 .....	4
Tabel 1.2. Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2. Kriteria Skor Koefisien Korelasi .....	55
Tabel 3.3. Klasifikasi Koefisien Korelasi .....	57
Tabel 3.4. Interpretasi Kekuatan Hubungan Antar Variabel .....	58
Tabel 3.5. Jadwal Penelitian .....	64
Tabel 4.1. Pernyataan 1 .....	72
Tabel 4.2. Pernyataan 2 .....	73
Tabel 4.3. Pernyataan 3 .....	73
Tabel 4.4. Pernyataan 4 .....	74
Tabel 4.5. Pernyataan 5 .....	74
Tabel 4.6. Pernyataan 6 .....	75
Tabel 4.7. Pernyataan 7 .....	76
Tabel 4.8. Pernyataan 8 .....	76
Tabel 4.9. Pernyataan 9 .....	77
Tabel 4.10. Pernyataan 10 .....	77
Tabel 4.11. Pernyataan 11 .....	78
Tabel 4.12. Pernyataan 12 .....	78
Tabel 4.13. Pernyataan 13 .....	79
Tabel 4.14. Pernyataan 14 .....	80

Tabel 4.15. Pernyataan 15 .....	80
Tabel 4.16. Pernyataan 16 .....	81
Tabel 4.17. Pernyataan 17 .....	81
Tabel 4.18. Pernyataan 18 .....	82
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Validasi Instrument Persepsi Kualitas .....	83
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Validasi Instrument Sikap Konsumen .....	83
Tabel 4.21. Hasil Pengujian Validasi Instrument Keputusan Pembelian .....	84
Tabel 4.22. Hasil Pengujian Reliabilitas Persepsi Kualitas .....	85
Tabel 4.23. Hasil Pengujian Reliabilitas Sikap Konsumen .....	85
Tabel 4.24. Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	86
Tabel 4.25. Analisis Regresi Linear Berganda .....	87
Tabel 4.26. Uji T Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 4.27. Analisis Hasil Uji F .....	90
Tabel 4.28. Koefisien Korelasi Berganda .....	91
Tabel 4.29. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	92
Tabel 4.30. Analisis Koefisien Korelasi .....	93
Tabel 4.31. Koefisien Determinasi .....	94

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Pra Survey Pengguna Smartphone di UIN SGD .....	8
---	---



## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Diagram 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester / Angkatan .....	69
Diagram 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	70
Diagram 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan .....	71



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Posisi 5 Besar Merek Smartphone Terlaris Di Indonesia .....	6
Gambar 1.2. Kerangka Pemikiran .....	16
Gambar 1.3. Flow Chart .....	17
Gambar 2.1. Model Keputusan Pembelian .....	35

