

DAFTAR ISI

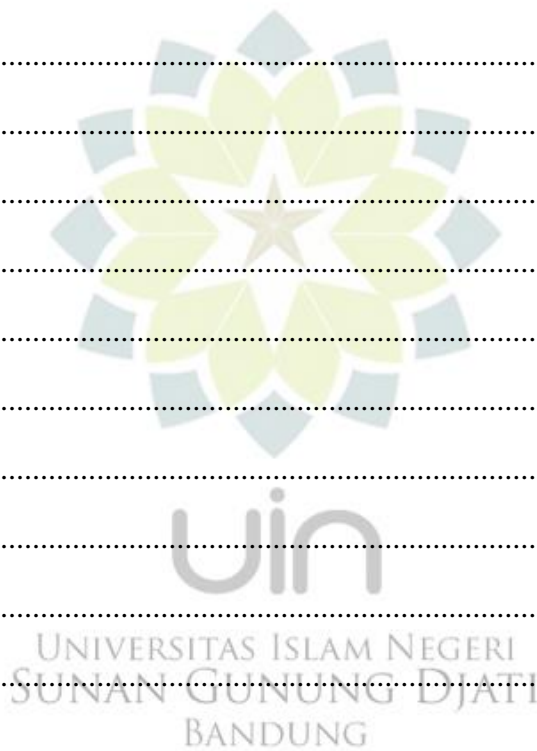
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Kerangka pemikiran	16
G. Hipotesis	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Pengertian Manajemen.....	20
B. Pengertian Pemasaran	21
C. Pengertian Manajemen Pemasaran	22
D. Pengertian Produk	23
E. Perilaku Konsumen	25
F. Keputusan Pembelian.....	30
G. Citra Merek	32
H. Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian.....	35
I. Harga	36
J. Strategi penentuan Harga	38

BAB III Metodologi Penelitian	41
A. Metode Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel	42
C. Operasional Variabel	45
D. Skala Pengukuran	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisis Data	49
G. Tempat dan Jadwal Penelitian	55
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	56
A. Gambaran Umum Perusahaan	56
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	61
C. Hasil Pengujian Instrument	80
D. Hasil Analisis Korelasi	85
E. Hasil Pengujian Hipotesis	87
F. Uji Koefisien Determinasi.....	92
G. Pembahasan	93
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	106
C. Keterbatasan Peneliti.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	

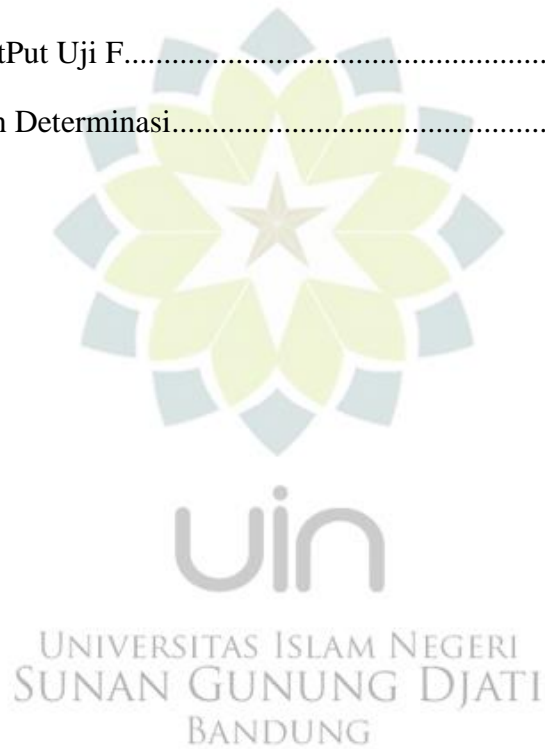
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Market Share dari Perusahaan Asus di Dunia periode 2014-2016	7
Tabel 1.2 Top Brand Index Laptop/ Notebook Tahun 2014	9
Tabel 1.3 Top Brand Index Laptop/ Notebook Tahun 2015	9
Tabel 1.4 Top Brand Index Laptop/ Notebook Tahun 2016.....	10
Tabel 1.5 (Data Penjualan Laptop di Indonesia 2012-2016).....	11
Tabel 1.6 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel III.1 Data Mahasiswa Manajemen FISIP UIN Bandung 2017.....	42
Tabel III.2 Operasional Variabel.....	45
Tabel III.2 Tingkat Hubungan Interval Korelasi	50
Tabel III.3 Jadwal Penelitian	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif	63
Tabel 4.4 Kriteria Interpretasi Skor	65
Tabel 4.5 P1	65
Tabel 4.6 P2	66
Tabel 4.7 P3	66
Tabel 4.8 P4	67
Tabel 4.9 P5	67
Tabel 4.10 P6	68
Tabel 4.11 P7	68
Tabel 4.12 P8	69

Tabel 4.13 P9	69
Tabel 4.14 P1	70
Tabel 4.15 P2.....	70
Tabel 4.16 P3.....	71
Tabel 4.17 P4	71
Tabel 4.18 P5	72
Tabel 4.19 P6	72
Tabel 4.20 P1	73
Tabel 4.21 P2	73
Tabel 4.22 P3	74
Tabel 4.23 P4	74
Tabel 4.24 P5	75
Tabel 4.25 P6	75
Tabel 4.26 P7	76
Tabel 4.27 P8	76
Tabel 4.28 P9	77
Tabel 4.29 P10	77
Tabel 4.30 P11	78
Tabel 4.31 P12	78
Tabel 4.32 P13	79
Tabel 4.33 P14	79
Tabel 4.34 P15	80
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Citra Merek	81
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Harga.....	82
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen	82



Tabel 4.38 Klasifikasi Koefisien Reabilitas.....	84
Tabel 4.39 Hasil Pengujian Reabilitas Citra Merek.....	84
Tabel 4.40 Hasil Pengujian Reabilitas Harga	84
Tabel 4.41 Hasil Pengujian Reabilitas Keputusan Pembelian Konsumen.....	85
Tabel 4.42 Matrik Korelasi	85
Tabel 4.43 Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.44 Hasil Uji Parsial	89
Tabel 4.45 Hasil OutPut Uji F.....	92
Tabel 4.46 Koefisien Determinasi.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Diagram karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 4.2 Diagram karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3 Grafik Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	90
Gambar 4.4 Grafik Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	91
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	92

