

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Penelitian Terdahulu	11
B. Konsep dan Teori	18
1. Tinjauan Tentang Manajemen	18
2. Tinjauan Tentang Manajemen Pemasaran	20
1. Citra Merek	25
2. Kualitas Produk	29
3. Keputusan Pembelian	31
C. Kerangka Berpikir	33
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	34

3. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Metode dan Pendekatan	37
B. Jenis dan Sumber Data	38
1. Jenis Data	38
2. Sumber Data	39
C. Populasi dan Sample	39
1. Populasi	39
2. Sampel	40
D. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	42
1. Variabel Penelitian	42
2. Operasional Variabel	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Studi Kepustakaan	45
2. Studi Lapangan	45
F. Teknik Analisis Data	47
1. Analisis Statistik Deskriptif	47
2. Analisis Instrument Penelitian	47
3. Analisis Regresi Linier Berganda	50
4. Uji Hipotesis	51
5. Uji Koefisien Determinasi	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Deskripsi Data	59
1. Karakteristik Data Responden	59

2. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	60
C. Analisis Data	71
1. Analisis Deskriptif Statistik	71
2. Analisis instrumen penelitian	72
3. Analisis Regresi Linier Berganda	78
4. Uji Hipotesis	80
5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	83
D. Pembahasan Hasil Penelitian	84
1. Pengaruh Citra Merek (X ₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna Smartphone Iphone di Kota Bandung .	84
2. Pengaruh Kualitas Produk (X ₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna Smartphone Iphone di Kota Bandung	88
3. Pengaruh Citra Merek (X ₁) dan Kualitas Produk (X ₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna Smartphone Iphone di Kota Bandung	91
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
A. Sumber dari Buku	97
B. Sumber dari Artikel dan Jurnal	99
C. Sumber dari Internet	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Survei Awal Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Iphone</i>	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2 Skor dan Pernyataan	46
Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	50
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	60
Tabel 4. 3 Interval Kelas Deskripsi Penelitian	61
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Statistik	71
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek (X₁)	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X₂)	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X₁)	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)	74
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4. 11 kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X₁)	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X₂)	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji T)	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik Simultan (Uji F)	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83
Tabel 4. 19 Interpretasi Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Volume penjualan Iphone (2017-2021)	2
Gambar 1. 2 Total Pengguna Smartphone di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Konsep Inti Pemasaran	21
Gambar 2. 2 Bauran Pemasaran	24
Gambar 3. 1 Grafik penduduk kota bandung	40
Gambar 4. 1 Logo Apple	58

