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 *Smartphone* 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 (*Confirmatory Factor Analysis*) 75
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen 76
4.2.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen 81
4.2.4 Analisis Persamaan *Structural equation modeling* (SEM) 86
4.2.5 Uji Normalitas Data 92
4.2.6 *Multivariate* 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 *Direct Effect, Indirect Effect* dan *Total effect* 99
4.2.11 Uji Reliabilitas dan *Variance extracted* 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

FEB UNDIP