

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN AKADEMIS</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Apple .....	1
1.1.2 Samsung .....	3
1.2 Latar Belakang Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Manfaat Penelitian .....	17
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	18
1.7 Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	20
2.1.1 Rangkuman Teori .....	20
A. Manajemen Pemasaran .....	20
B. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	21
C. Produk .....	22
D. Kualitas Produk .....	24
2.1.2 Penelitian Terdahulu .....	27

2.2	Kerangka Pemikiran .....	42
2.3	Hipotesis .....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Karakteristik Penelitian .....	44
3.2	Alat Pengumpulan Data .....	44
	3.2.1 Variabel Operasional .....	45
3.3	Tahapan Penelitian .....	51
3.4	Populasi dan Sampel .....	52
	3.4.1 Populasi .....	52
	3.4.2 Sampel .....	52
	3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	54
3.6	Validitas dan Reliabilitas .....	55
	3.6.1 Uji Validitas .....	56
	3.6.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	58
	3.7.1 Analisis Deskriptif .....	58
	3.7.2 Uji Normalitas .....	60
	3.7.3 Uji T ( <i>T-Test</i> ) .....	61
	3.7.4 Uji Mann Whitney .....	61
3.8	Hipotesis Penelitian.....	63

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

4.1	Karakteristik Responden .....	64
	4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
	4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
	4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	66
	4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
4.2	Hasil Penelitian .....	67

4.2.1 Analisis Mengenai Kualitas Produk PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S Menurut Pendapat Konsumen .....	68
A. Kinerja ( <i>Performance</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen .....	68
B. Fitur ( <i>Feature</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen .....	74
C. Keandalan ( <i>Reliability</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen.....	78
D. Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformance to Specifications</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen.....	81
E. Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen.....	84
F. Kemampuan Pelayanan ( <i>Serviceability</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen .....	89
G. Estetika ( <i>Esthetic</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen .....	92
H. Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) PC Tablet iPad Air 2 dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen .....	96
4.3 Uji Normalitas .....	98
4.4 Hasil Uji Hipotesis .....	99
1. Perbedaan Dimensi Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	101
2. Perbedaan Dimensi Fitur ( <i>Feature</i> ) .....	101
3. Perbedaan Dimensi Keandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	102
4. Perbedaan Dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformance to Specifications</i> ) .....	103
5. Perbedaan Dimensi Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) .....	103
6. Perbedaan Dimensi Kemampuan Pelayanan ( <i>Serviceability</i> ) .....	103
7. Perbedaan Dimensi Estetika ( <i>Esthetic</i> ) .....	104
8. Perbedaan Berdasarkan Dimensi Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	104

4.5	Analisis Perbandingan Kualitas Produk iPad Air 2 Dan Samsung Galaxy Tab S 10.5 Menurut Pendapat Konsumen .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	108
5.2	Saran .....	109
5.2.1	iPad Air 2 .....	109
5.2.2	Samsung Galaxy Tab S 10.5 .....	109
5.2.3	Calon Konsumen .....	110
5.2.4	Distributor.....	110
5.2.5	Penelitian Selanjutnya .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>111</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>		<b>118</b>