

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Apple Inc.	16
Gambar 1.2 Data perkiraan pengguna <i>smartphone</i> dari tahun 2014 hingga 2020	20
Gambar 1.3 Perbandingan Penjualan <i>Smartphone</i> Dunia pada Q4 2016 dan Q4 2017	21
Gambar 1.4 Perbandingan Jumlah Penjualan <i>Top 5 Vendors Smartphone</i> Indonesia pada Q1 2017 dan Q1 2018	22
Gambar 1.5 Perbandingan Harga Jual Rata-Rata Berdasarkan Sistem Operasi <i>Smartphone</i>	24
Gambar 2.1 Empat P dari Bauran Pemasaran <i>Sumber: Kotler dan Armstrong (2016)</i>	31
Gambar 2.2 Lima Tahapan Proses Keputusan Pembeli	37
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	63
Gambar 3.2 Kriteria Penilaian Persentase dalam Garis Kontinum	73
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Zona Waktu Asal	82
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Total Pendapatan Setiap Bulan	85
Gambar 4.6 Persentase <i>Smartphone</i> iPhone merupakan alat komunikasi serbaguna	92
Gambar 4.7 Persentase <i>Smartphone</i> iPhone mampu memfasilitasi pengguna iPhone	92
Gambar 4.8 Persentase <i>smartphone</i> iPhone memberikan kepercayaan diri kepada pengguna karena Iphone adalah merek terkenal.	93
Gambar 4.9 Persentase <i>smartphone</i> iPhone memberi kesan mewah bagi para penggunanya.	93
Gambar 4.10 Persentase <i>Smartphone</i> iPhone memberikan kesan berkelas bagi penggunanya	94

Gambar 4.11 Persentase <i>Smartphone</i> iPhone memiliki kesan yang menarik.	94
Gambar 4.12 Persentase <i>smartphone</i> iPhone lebih populer di kalangan pengguna <i>smartphone</i>	94
Gambar 4.13 Persentase Citra Merek dalam Garis Kontinum.	95
Gambar 4.14 Persentase <i>Smartphone</i> iPhone mempunyai harga yang terjangkau.	97
Gambar 4.15 Persentase <i>smartphone</i> iPhone mempunyai harga yang sesuai.	97
Gambar 4.16 Persentase konsumen mampu membayar harga <i>smartphone</i> iPhone.	97
Gambar 4.17 Persentase kualitas <i>smartphone</i> iPhone sepadan dengan harga yang ditawarkan.	98
Gambar 4.18 Persentase harga <i>smartphone</i> iPhone itu layak.	98
Gambar 4.19 Persentase harga <i>smartphone</i> iPhone sepadan dengan manfaat yang di berikan.	99
Gambar 4.20 Persentase harga Produk dalam Garis Kontinum.	99
Gambar 4.21 Persentase pemahaman fitur sebelum membeli <i>smartphone</i> iPhone penting.	100
Gambar 4.22 Persentase <i>smartphone</i> iPhone menarik kemauan konsumen untuk membeli.	101
Gambar 4.23 Persentase iPhone membuat konsumen mempunyai rencana untuk membeli <i>smartphone</i> iPhone.	101
Gambar 4.24 Persentase keputusan pembelian dalam garis kontinum.	102
Gambar 4.25 Norma Probabilitas Plot.	104