

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah singkat	1
1.1.2 Visi Dan Misi	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Manajemen pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 <i>Theory of reasoned action</i>	14
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.5 Brand Image.....	22
2.1.6 Harga.....	28

2.1.7 Maksud dan Tujuan Variabel	31
2.1.8 Hubungan Antar Variabel	33
2.2 Peneliti Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	46
2.4 Hipotesis Penelitian	47
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	49
3.2.1 Operasional Variabel.....	49
3.2.2 Skala Pengukuran.....	55
3.3 Populasi dan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel.....	55
3.4 Tahapan Penelitian	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1 Data primer	57
3.5.2 Data Sekunder	58
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	58
3.6.1 Uji Validitas	58
3.6.2 Uji Reabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Deskriptif	62
3.7.2 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	64
3.7.3 <i>Measurement Model (Outer model)</i>	65
3.7.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
3.8 Uji Hipotesis.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Pengumpulan Data.....	69
4.2 Karakteristik Responden	69
4.2.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna <i>iPhone</i>	70

