

DAFTAR ISI

SKRIPSI

Abstrak.....v

Kata Pengantar.....vi

BAB I

PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....6

1.3 Tujuan Penelitian.....7

1.4 Manfaat Penelitian.....8

1.5 Sistematika Penelitian..... 9

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA.....11

2.1 Kualitas Produk.....11

2.2 Harga.....13

2.3 Citra Merek.....15

2.4 Keputusan Pembelian.....16

2.5 Kepercayaan Konsumen.....18

2.6 Pengaruh antar Variable.....19

2.6.1 Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.....19

2.6.2 Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.....20

2.6.3 Citra merek Berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....21

2.6.4 Citra merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. .22

2.6.5 Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....22

2.6.6 Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Kepercayaan konsumen.....23

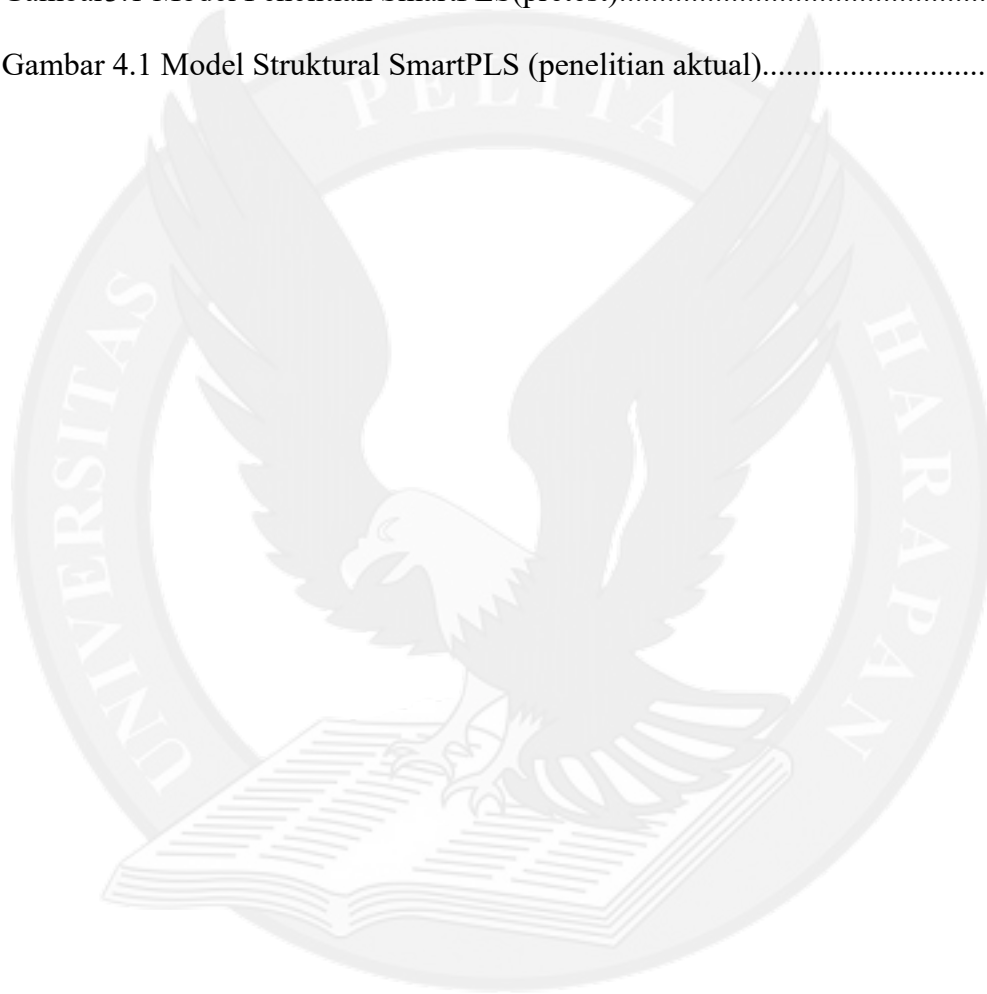
2.6.7	Harga memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen.....	24
2.6.8	Kualitas produk yang dimediasi kepercayaan konsumen akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....	24
2.6.9	Citra merek yang dimediasi kepercayaan konsumen akan berpengaruh Positif terhadap keputusan pembelian.....	25
2.6.10	Harga yang dimediasi kepercayaan konsumen akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....	26
2.7	Model Penelitian.....	27
BAB III		
METODE PENELITIAN.....		
3.1	Objek Penelitian.....	29
3.2	Unit Analisis.....	30
3.3	Tipe Penelitian.....	32
3.4	Operasi Variable Penelitian.....	28
3.5	Populasi dan Sample.....	39
3.5.1	Populasi.....	40
3.5.2	Sample.....	40
3.5.3	Metode Penarikan Sample.....	40
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
3.7.1	Pengujian Validitas.....	41
3.7.2	Pengujian Realibitas.....	41
3.8	Metode Analisis Data.....	42
3.9	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	42
3.9.1	Metode Penelitian Pre-test.....	43
3.9.2	Pengujian Validitas Pre-test.....	43
3.9.3	Pengujian Realibitas.....	43
BAB IV		
4.1	Hasil Penelitian.....	48

4.1.1	Profil Responden.....	48
4.1.2	Usia.....	49
4.1.3	Profesi.....	50
4.1.4	Pendapatan Perbulan.....	51
4.2	Deskripsi Konstruk Penelitian.....	52
4.2.1	Kualitas Produk.....	52
4.2.2	Harga.....	54
4.2.3	Citra Merek.....	56
4.2.4	Keputusan Pembelian.....	58
4.2.5	Kepercayaan Konsumen.....	61
4.3	Analisis Data Penelitian.....	62
4.3.1	Outer Model.....	62
4.3.2	Inner Model.....	68
4.4	Pembahasan.....	71
4.4.1	Hipotesis 1: Adanya Pengaruh Positif Namun Tidak Signifikan dari Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple.....	71
4.4.2	Hipotesis 2: Adanya Pengaruh Positif dari Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple.....	72
4.4.3	Hipotesis 3: Adanya Pengaruh Positif dari Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple.....	73
4.4.4	Hipotesis 4: Adanya Pengaruh Positif Namun Tidak Signifikan dari Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen <i>Smartphone</i> bermerek Apple.....	74
4.4.5	Hipotesis 5 : Adanya Pengaruh Positif dari Keputusan Pembelian Terhadap Kepercayaan Konsumen Smartphone Apple.....	75
4.4.6	Hipotesis 6 : Adanya Pengaruh Positif namun tidak signifikan dari Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	76
4.4.7	Hipotesis 7 : Adanya Pengaruh Positif namun tidak signifikan dari Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	77

4.4.8	Hipotesis 8: Kualitas Produk Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Apple Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen.....	78
4.4.9	Hipotesis 9: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Apple Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen.	79
4.4.10	Hipotesis 10: Harga Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merek Apple Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen.	79
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Implikasi Manajerial.....	82
5.3	Keterbatasan dan Saran untuk peneliti mendatang.....	85
5.4	Saran.....	85
	Daftar Pustaka.....	87
	Lampiran.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna <i>Smartphone</i>	4
Gambar 1.2 Grafik Pembelian Brand <i>Smartphone</i>	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	27
Gambar3.1 Model Penelitian SmartPLS(pretest).....	43
Gambar 4.1 Model Struktural SmartPLS (penelitian aktual).....	63



DAFTAR TABLE

Table 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	33
Table 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	43
Table 3.3 Outer Loading SmartPLS.....	43
Table 3.4 Discriminant Validity SmartPLS.....	46
Table 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan.....	47
Table 4.1 Profil Responden.....	49
Table 4.2 Usia Responden.....	49
Table 4.3 Profesi Responden.....	50
Table 4.4 Pendapatan Perbulan Responden.....	51
Table 4.5 Limitation of Mean.....	52
Table 4.6 Variable Kualitas Produk.....	52
Table 4.7 Variable Harga.....	54
Table 4.8 Variable Citra Merek.....	56
Table 4.9 Variable Keputusan Pembelian.....	58
Table 4.10 Variable Kepercayaan Konsumen.....	61
Table 4.11 Outer Loading SmartPLS.....	64
Table 4.12 Uji Reliabilitas.....	66
Table 4.13 AVE.....	66
Table 4.14 Discriminant Validity SmartPLS.....	67
Table 4.15 Nilai R-square.....	68
Table 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	69
Table 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	71