

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.5 Penelitian Terdahulu.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Bagi peneliti.....	9
1.6.2 Bagi Perusahaan.....	10
1.6.3 Bagi Pihak Lain.....	10
1.7 Batasan Penelitian.....	10
1.8 Struktur Laporan Penelitian.....	11
BAB II: LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Marketing (Pemasaran).....	13



2.1.2	Decision Making (Pengambilan Keputusan).....	14
2.1.2.1	Purchase Intention (Minat Beli).....	15
2.1.3	Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	17
2.1.3.1	Price (Harga).....	17
2.1.3.2	Promotion (Promosi).....	17
2.1.3.3	Placement (Penempatan).....	18
2.1.3.4	Product (Produk).....	18
2.1.4	Brand (Merek).....	21
2.1.5	Brand Equity (Ekuitas Merek).....	21
2.1.5.1	Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	21
2.1.5.2	Brand Association (Asosiasi Merek).....	24
2.1.5.3	Perceived Quality (Kesan Kualitas).....	27
2.1.5.4	Brand Loyalty (Loyalitas Merek).....	28
2.2	Pengembangan Hipotesis.....	29
2.3	Model Penelitian.....	35

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	36
-----	------------------------	----



3.2	Sumber Data.....	36
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi.....	37
3.4.2	Sampel.....	38
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.5	Definisi Operasional Serta Pengukuran.....	40
3.5.1	Purchase Intention (Minat Beli).....	41
3.5.2	Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	42
3.5.3	Perceived Quality (Kesan Kualitas).....	43
3.5.4	Brand Loyalty (Loyalitas Merek).....	43
3.6	Instrumen Penelitian.....	44
3.7	Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	45
3.7.1	Uji Validitas.....	45
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.8	Metode Analisis Data.....	46
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	46



3.8.2	Analisis Statistik.....	47
3.8.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.2.1.1	Uji Multikolinieritas.....	47
3.8.2.1.2	Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.8.2.1.3	Uji Normalitas.....	49
3.8.2.2	Uji Regresi Linier Berganda.....	49
3.8.2.3	Uji Goodness Of Fit.....	50
3.8.2.3.1	Uji Koefisiensi Determinasi.....	50
3.8.2.3.2	Uji F Statistik.....	51
3.8.2.3.3	Uji Statistik t.....	53

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden.....	56
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Blackberry Yang Dimiliki.....	59



4.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Tipe Blackberry Yang Ingin Di Beli.....	59
4.1.6	Gambaran Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	60
4.1.7	Gambaran Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan.....	61
4.1.8	Gambaran Responden Berdasarkan Rendana Pembelian.....	62
4.1.9	Gambaran Responden Berdasarkan Alasan Pembelian.....	63
4.2	Analisis Deskriptif Pervariabel.....	64
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	65
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	66
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Association</i>	67
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	68
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	69
4.3	Uji Instrumen.....	70
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.1	Uji Multikolinieritas.....	73
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.4.3	Uji Normalitas.....	75
4.5	Uji Regresi Berganda.....	77



4.6	Uji Goodness Of Fit.....	80
4.6.1	Koefisiensi Determinasi.....	80
4.6.2	Uji F.....	81
4.6.3	Uji t.....	83
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
5.3	Keterbatasan dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	93
	Daftar Pustaka.....	95
	Lampiran.....	99

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Top Brand Index Tahun 2014 Kategori Smartphone.....	3
1.2 Tabel Top Brand Index Tahun 2013 Kategori Smartphone.....	3
1.3 Tabel Top Brand Index Tahun 2012 Kategori Smartphone.....	4
4.1 Tabel Pengembalian kuesioner.....	56
4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
4.5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Blackberry Yang Dimiliki.....	59
4.6 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Blackberry Yang Digunakan.....	60
4.7 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Blackberry.....	61
4.8 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Blackberry.....	61
4.9 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pembelian.....	62
4.10 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian.....	64
4.11 Tabel Rata-Rata Jawaban Pada Variabel Purchase Intention.....	66
4.12 Tabel Rata-Rata Jawaban Pada Variabel Brand Awareness.....	67
4.13 Tabel Rata-Rata Jawaban Pada Variabel Brand Association.....	67



4.14 Tabel Rata-Rata Jawaban Pada Variabel Perceived Quality.....	68
4.15 Tabel Rata-Rata Jawaban Pada Variabel Brand Loyalty.....	69
4.16 Tabel Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	71
4.17 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	72
4.18 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
4.19 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	78
4.20 Tabel Hasil Uji R-Square.....	81
4.21 Tabel Hasil Uji F Statistik.....	82
4.22 Tabel Hasil Uji t Statistik.....	83

DAFTAR GAMBAR

4.1 Gambar Grafik Scatter Plot.....	76
4.2 Gambar Grafik Normal Probability Plot.....	77
4.3 Gambar Histogram.....	83