

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Pemasaran.....	14
2. Manajemen Pemasaran .....	15
3. Keputusan Pembelian .....	17
a. Tahapan pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
b. Model konsumen dalam Keputusan Pembelian .....	21
4. Merek .....	22
5. Citra Merek .....	23
a. Cara membangun keunggulan Citra Merek .....	24
b. Elemen Citra Merek.....	25
c. Pembentukan Citra Merek.....	28
6. Gaya Hidup .....	29
7. Gaya Hidup Hedonis .....	30

a.	Aspek – aspek Gaya Hidup Hedonis .....	31
b.	Faktor – faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis ....	32
8.	Kualitas Produk.....	37
9.	Dimensi Kualitas Produk.....	38
B.	Penelitian Terdahulu .....	40
C.	Hubungan Antar Variabel dan Rerangka Pemikiran.....	42
1.	Hubungan Antar Variabel.....	42
2.	Rerangka Pemikiran .....	44
D.	Hipotesis Penelitian.....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
1.	Waktu Penelitian .....	45
2.	Tempat Penelitian.....	45
B.	Desain Penelitian.....	45
C.	Operasionalisasi Variabel.....	46
D.	Pengukuran Variabel.....	50
E.	Populasi Dan Sampel Penelitian .....	50
1.	Populasi Penelitian .....	50
2.	Sampel Penelitian.....	51
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	53
G.	Jenis Data Penelitian .....	54
H.	Metode Analisis Data .....	54
1.	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	55
a.	Uji Validitas .....	55
b.	Uji Reliabilitas.....	55
2.	Uji Asumsi Klasik .....	56
a.	Uji Normalitas .....	56
b.	Uji Multikolonieritas.....	56
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	59

a. Persamaan Regresi.....	59
b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
c. Pengujian Koefisien Regresi (Uji Statistika t) .....	61

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

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
1. Nama Perusahaan .....	63
2. Sejarah singkat Apple Inc. ....	64
B. Gambaran Umum Responden.....	67
1. Responden Menurut Jenis Kelamin .....	67
2. Responden Menurut Usia .....	68
3. Lama Responden menggunakan Handphone iPhone.....	69
4. Tipe iPhone yang digunakan oleh Responden .....	70
C. Uji Statistik Deskriptif.....	71
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek .....	71
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif Gaya Hidup Hedonis .....	72
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	72
4. Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	73
D. Hasil Uji Validitas.....	74
E. Hasil Uji Reliabilitas .....	76
F. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	77
1. Hasil Uji Normalitas.....	77
2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	79
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
4. Hasil Uji Regresi Berganda .....	81
a. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	81
b. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82
c. Hasil Uji t .....	83
1) Pengaruh antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	84
2) Pengaruh antara Gaya Hidup Hedonis dengan Keputusan Pembelian .....	85

3) Pengaruh antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	85
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	87
B. Saran.....	88
1. Bagi Produsen dan Pemasar Handphone iPhone.....	88
2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA