

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	10
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Manajemen Pemasaran .....	10
a. Pengertian Pemasaran .....	10
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
c. Tujuan Pemasaran .....	11
d. Strategi Pemasaran .....	11
2. Periklanan .....	13
a. Pengertian Periklanan .....	13
b. Fungsi Periklanan .....	16
c. Penetapan Tujuan Periklanan .....	17
3. Kepercayaan Merek .....	19
a. Pengertian Merek .....	19
b. Peran Merek .....	19
c. Pengertian Kepercayaan Merek .....	21

d. Pengukuran Kepercayaan Merek .....	24
4. Harga .....	24
a. Pengertian Harga .....	24
b. Tujuan Penetapan Harga .....	26
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	27
d. Afeksi dan Kognisi Harga .....	29
e. Perilaku Harga .....	30
5. Keputusan Pembelian .....	37
a. Pengertian Keputusan Pembeli .....	37
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	39
c. Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan .....	43
B. Penelitian Terdahulu .....	45
C. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis .....	46
1. Rerangka Konseptual .....	46
2. Pengembangan Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	49
B. Desain Penelitian .....	49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	50
1. Definisi Variabel .....	50
a. Variabel Independen (X) .....	50
b. Variabel Dependen (Y) .....	51
2. Operasional Variabel .....	51
D. Skala Pengukuran .....	54
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	55
1. Populasi Penelitian .....	55
2. Sempel Penelitian .....	55
F. Metode Pengumpulan Data .....	56
G. Metode Analisis Data .....	58
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	58
2. Uji Kualitas Instrumen .....	59

a. Uji Validitas .....	59
b. Uji Reliabilitas .....	59
3. Uji Asumsi Klasik .....	60
a. Uji Normalitas .....	60
b. Uji Multikolinieritas .....	60
c. Uji Heteroskedastisitas .....	61
4. Uji Ketepatan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	61
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	63
c. Uji Hipotesis Parsial(Uji t).....	64
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN .....	66
A. Gambar Umum <i>Smartphone Vivo</i> .....	66
B. Hasil Analisis Deskriptif .....	66
1. Karakteristik Responden .....	67
2. Deskriptif Jawaban Kuisisioner .....	68
a. Hasil Pengujian Deskriptif Jawaban Kuisisioner Iklan .....	68
b. Hasil Pengujian Deskriptif Jawaban Kuisisioner Kepercayaan Merek.....	69
c. Hasil Pengujian Deskriptif Jawaban Kuesioner Harga .....	70
d. Hasil Pengujian Deskriptif Jawaban Kuisisioner Keputusan Pembelian.....	70
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	71
1. Hasil Pengujian Validitas .....	71
2. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	74
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	75
1. Hasil Pengujian Normalitas .....	75
2. Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	77
3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	78
E. Uji Ketepatan Model .....	79
1. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
2. Hasil Pengujian Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	81

F. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	82
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
1. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	84
2. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	86
C. Keterbatasan Penelitian .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN .....	93



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA