DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GRAFIK xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....15

2.1 Kajian Pustaka 15

2.1.1 Pengetahuan Produk.....15

2.1.1.1 Pengertian Pengetahuan Produk.....15

2.1.1.2 Konsep Pengetahuan Produk.....16

2.1.2 Citra Merek 22

2.1.2.1 Pengertian Citra Merek 22

2.1.2.2 Konsep Citra Merek 25

2.1.2.3 Elemen Citra Merek 26

2.1.3 Keputusan Pembelian.....27

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....27

2.1.3.2 Konsep Keputusan Pembelian.....29

2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 30

2.1.3.4 Tahap Proses Keputusan Pembelian 31

2.1.4 Penelitian Terdahulu.....33

2.2 Kerangka Pemikiran 36

2.2.1 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian 40

2.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 42

2.2.3 Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 42

2.3 Hipotesis 44

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 45

3.1 Objek Penelitian 45

3.2 Metode Penelitian 46

3.2.1 Desain Penelitian.....47

3.2.2 Operasional Variabel.....51

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 52

3.2.3.1 Sumber Data.....52

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 53

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 55

3.2.4.1 Uji Validitas 56

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 59

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 62

3.2.5.1 Rancangan Analisis 62

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif atau Kualitatif 62

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....65

3.2.5.1.3 Analisis Regresi 67

3.2.5.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....68

3.2.5.1.5 Analisis Korelasi 72

3.2.5.1.6 Analisis Koefisien Determinasi.....73

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....77

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 77

4.1.1 Sejarah Perusahaan.....77

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 79
4.1.3 Job Description.....80
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....83
4.2 Karakteristik Responden.....83
4.3 Analisis Deskriptif.....86
4.3.1 Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk pada konsumen ITKLIK Jakarta 87
4.3.2 Analisis Deskriptif Citra Merek pada Konsumen ITKLIK Jakarta.....97
4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Pada Konsumen ITKLIK Jakarta 103
4.4 Analisis Verifikatif 110
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda 111
4.4.2 Analisis Korelasi Parsial 113
4.5 Pengujian Hipotesis 118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 126
5.1 Kesimpulan.....126
5.2 Saran 127
DAFTAR PUSTAKA
KUESIONER
LAMPIRAN-LAMPIRAN LAIN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Proses Pembelian Model 5 Tahap 31

Gambar 2.2 Proses Pembelian Model 5 Tahap 38

Gambar 2.3 Model Kerangka Berfikir 43

Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0.....76

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....80

Gambar 4.2 Skala Penafsiran Skor Pengetahuan Produk.....88

Gambar 4.3 Skala Penafsiran Skor Citra Merek 98

Gambar 4.4 Skala Penafsiran Skor Keputusan Pembelian.....104

Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Pada Uji Bersama.....120

Gambar 4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Pada Uji Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....122

Gambar 4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Pada Uji Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 124

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Penilaian Merek Laptop Terbaik 2012 di Dunia 5

Tabel 1.2 Hasil Survey Awal 6

Tabel 1.3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian 13

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 33

Tabel 3.1 Desain Penelitian.....50

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian 51

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Pengetahuan Produk.....58

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek 58

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian.....58

Tabel 3.6 Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas.....60

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuisioner Penelitian 61

Tabel 3.8 Kriteria Presentase Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal 64

Tabel 3.9 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal Pengkategorian Pengetahuan Produk 64

Tabel 3.10 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal Pengkategorian Citra Merek.....65

Tabel 3.11 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal Pengkategorian Keputusan Pembelian 65

Tabel 3.12 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas 69

Tabel 3.13 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas 71

Tabel 3.14 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas 72
Tabel 3.15 Tingkat Keeratan Korelasi 73
Tabel 3.16 Kategori Korelasi Metode Guilford 74
Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....83
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Usia 84
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Profesi 85
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Lama Memiliki Laptop 86
Tabel 4.5 Presentase Skor Jawaban Pengetahuan Produk 87
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai "Mengetahui Bahwa Laptop Samsung Menyiratkan Sebagai Laptop yang Tahan Lama" 89
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai "Merek Samsung Mengingatkan Anda Akan Laptop yang Berkualitas Bagus".....90
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai "Merasa Saat Menggunakan Laptop Samsung Sebagai Seorang yang Menggunakan Produk Yang Berkualitas, Mahal dan Tahan Lama " 93
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai "Laptop Samsung Telah Memenuhi Kebutuhan Anda Akan Sebuah Laptop karena Fiturnya Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Kerja Anda ".....94
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai "Laptop Samsung Merupakan Laptop yang Berkualitas Tinggi Sehingga Anda Merasakan Kepuasan Saat Menggunakannya" 95
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai "Dari Semua Laptop yang

Telah Anda Gunakan, Hanya Laptop Samsung yang Paling Memberikan Manfaat Maksimal dan Kepuasan Maksimal Saat Menggunakannya" 96
Tabel 4.12 Presentase Skor Jawaban Citra Merek 97
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai "Ketika Membutuhkan Sebuah Laptop, Maka Merek Samsung yang Anda Pilih Karena Merek Samsung Sudah Dikenal" 99
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai "Memilih Laptop Samsung Karena Reputasinya Sudah Baik Dibanding Merek Lain" 100
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai "Merek Samsung yang Ada Di Benak Anda Saat Membeli Laptop" 101
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai "Loyal Terhadap Merek Samsung" 102
Tabel 4.17 Presentase Skor Jawaban Mengenai Keputusan Pembelian 104
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai "Anda Membeli Laptop Samsung Karena Memang Membutuhkannya" 105
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai "Membeli Laptop Samsung Karena Rekomendasi Maupun Informasi yang Anda Dapat Dari Berbagai Media" 106
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai "Setelah Memperoleh Informasi Yang Cukup Mengenai Sebuah Laptop Maka Merek Samsung Yang Anda Pilih Untuk Dibeli" 108
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai "Anda Memutuskan Untuk

Lebih Membeli Laptop Samsung Dibandingkan Laptop Merek Lain” 109
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai “Laptop Samsung Dapat Memuaskan Kebutuhan Anda”.....110
Tabel 4.23 Koefisien Regresi.....112
Tabel 4.24 Koefisien Korelasi Parsial Pengetahuan Produk Dengan Keputusan Pembelian 113
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi Parsial Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian 115
Tabel 4.26 Koefisien Determinasi.....117
Tabel 4.27 Annova Untuk Pengujian Koefisien Regresi Secara Bersama.....119
Tabel 4.28 Nilai t_{hitung} masing-masing Variabel Independen.....121

DAFTAR GRAFIK

Halaman

Grafik 3.1 Grafik Normalitas 70