

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 LatarBelakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 TujuanPenelitian..... | 9 |
| 1.4 ManfaatPenelitian..... | 10 |
| 1.4.1 ManfaatTeoritis..... | 10 |
| 1.4.2 Manfaat Akademis..... | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Persepsi..... | 11 |
| 2.1.1 Syarat Terjadinya Persepsi..... | 13 |
| 2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi..... | 13 |
| 2.1.3 Proses Persepsi..... | 15 |

| | | |
|---------------------------------------|--|-----------|
| 2.1.4 | Proses Terjadinya Persepsi..... | 16 |
| 2.2 | Promosi..... | 19 |
| 2.2.1 | Sarana Promosi..... | 21 |
| 2.2.2 | Sifat-sifat Sarana Promosi..... | 22 |
| 2.2.3 | Tujuan Promosi..... | 25 |
| 2.3 | Reputasi Perusahaan..... | 27 |
| 2.4 | Keputusan Pembelian..... | 30 |
| 2.5 | Model Empirik..... | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 37 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 37 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 37 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 37 |
| 3.3 | Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.3.1 | Sumber Data..... | 39 |
| 3.3.2 | Metode Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.4 | Variabel dan Indikator..... | 41 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data..... | 41 |
| 3.5.1 | Uji Validitas dan Uji Reabilitas..... | 42 |
| 3.5.1.1 | Uji Validitas..... | 42 |
| 3.5.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 42 |
| 3.5.2 | Uji Asumsi Klasik..... | 43 |
| 3.5.2.1 | Uji Normalitas..... | 44 |
| 3.5.2.2 | Uji Multikolinearitas..... | 44 |
| 3.5.2.3 | Uji Heteroskedastisitas..... | 45 |

| | | |
|---|--|----|
| 3.5.3 | Analisa Regresi Berganda..... | 46 |
| 3.5.4 | Uji Hipotesis..... | 47 |
| 3.5.4.1 | Uji Parsial (Uji t)..... | 47 |
| 3.5.4.2 | Koefisien Determinasi..... | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 49 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 49 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Responden..... | 49 |
| 4.1.1.1 | Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| 4.1.1.2 | Berdasarkan Umur..... | 50 |
| 4.1.1.3 | Berdasarkan Pendidikan Yang Masih Ditempuh..... | 51 |
| 4.1.1.4 | Berdasarkan Pengguna <i>Smartphone</i> | 51 |
| 4.1.1.5 | Berdasarkan Fakultas/Jurusan... .. | 52 |
| 4.1.2 | Deskripsi Variabel.... | 53 |
| 4.1.2.1 | Persepsi..... | 53 |
| 4.1.2.2 | Promosi..... | 54 |
| 4.1.2.3 | Reputasi Perusahaan..... | 55 |
| 4.1.2.4 | Keputusan Pembelian.. .. | 57 |
| 4.2 | Analisa Data... .. | 58 |
| 4.2.1 | Uji Validitas..... | 58 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas..... | 60 |
| 4.2.3 | Uji Asumsi Klasik..... | 61 |
| 4.2.3.1 | Uji Normalitas..... | 61 |
| 4.2.3.2 | Uji Multikolinearitas..... | 62 |
| 4.2.3.3 | Uji Heteroskedastisitas... .. | 63 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 4.2.4 | Analisa Regresi Linear Berganda..... | 64 |
| 4.2.5 | Uji Hipotesis..... | 66 |
| 4.2.5.1 | Uji t..... | 66 |
| 4.2.5.2 | Uji Koefisien Determinasi..... | 68 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 69 |
| 4.3.1 | Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian..... | 69 |
| 4.3.2 | Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70 |
| 4.3.3 | Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian | 71 |
| BAB V PENUTUP..... | | 72 |
| 5.1 | Simpulan..... | 72 |
| 5.2 | Saran..... | 72 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian Dan Agenda Penelitian Mendatang... . | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 74 |
| LAMPIRAN..... | | 78 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Penjualan <i>Smartphone</i> Kuartal Pertama Tahun 2014-2015.. | 7 |
| Tabel 1.2 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Kuartal Pertama Tahun 2014-2015..... | 7 |
| Tabel 3.1 Variabel dan Indikator..... | 41 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden... .. | 49 |
| Tabel 4.2 Umur Responden..... | 50 |
| Tabel 4.4 Pengguna <i>Smartphone</i> | 51 |
| Tabel 4.5 Berdasarkan Fakultas/Jurusan | 52 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Persepsi | 53 |
| Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Promosi | 55 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan | 56 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian..... | 57 |
| Tabel 4.10 Uji Validitas Data..... | 59 |
| Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Data | 60 |
| Tabel 4.12 K-S Test..... | 61 |
| Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas | 62 |
| Tabel 4.14 Hasil Regresi Persepsi, Promosi dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 64 |
| Tabel 4.15 Uji t..... | 66 |
| Tabel 4.16 Uji Hipotesis..... | 68 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen | 31 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual | 36 |
| Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.. | 63 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|--------------------|----|
| Lampiran 1 | Kuesioner..... | 78 |
| Lampiran 2 | Tabulasi Data..... | 82 |
| Lampiran 3 | Ouput SPSS... .. | 86 |