DAFTAR ISI

Halaman

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
PERSEMBAHAN v
ABTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah 9
1.3 Rumusan Masalah 10
1.4 Tujuan Penelitian.. 10
1.5 Manfaat Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN 12
2.1 Tinjauan Pustaka 12
2.1.1 Landasan Teori 12
2.1.1.1 Manajemen. 12
2.1.1.2 Pemasaran 13
2.1.1.3 Manajemen Pemasaran 15
2.1.1.4 Bauran Pemasaran 16
2.1.1.5 Perilaku Konsumen 18
2.1.1.6 Kualitas Produk 18
2.1.1.7 Keputusan Pembelian 23
2.1.2 Penelitian Terdahulu 32
2.1.3 Kerangka Pemikiran 33
2.1.4 Hipotesis Penelitian 34
2.2 Metode Penelitian 32
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan 35
2.2.2 Jenis dan Sumber Data 35
2.2.3 Metode Pengumpulan Data 35
2.2.4 Populasi dan Penarikan Sampel 35

2.2.5 Metode Analisis Data 36
2.2.6 Operasional Variabel 40

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN 41
3.1 Sejarah Universitas Batanghari Jambi 41
3.2 Visi dan Misi 43
3.3 Struktur Organisasi 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Hasil Penelitian 45
4.1.1 Karakteristik Responden 45
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian 46
4.1.3 Pengujian Hipotesis 62
4.2 Analisis dan Pembahasan 62
4.2.1 Gambaran Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.. 65
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 68
5.1 Kesimpulan.. 68
5.2 Saran 68

DAFTAR PUSTAKA 70
LAMPIRAN.....72

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Operating System Market Share World Wide From 2019-2020 1
Tabel 1.2 data Penjualan di Indonesia menurut vendor 2021-2022 5
Tabel 1.3 Data perbandingan spesifikasi dengan harga smartphone oppo A16 6
Tabel 1.4 Data mahasiswa fakutas ekonomi universitas Batanghari jambi.....7
Tabel 2.1 model lima tahap proses pembelian..... 28
Tabel 2.2 PenelitianTerdahulu 32
Tabel 2.3 Skala Likert Pendapat Responden 36
Tabel 2.4 Rentang Pengklasifikasian Variabel 39
Tabel 2.5 Operasional Variabel 42
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....48
Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan umur..... 49
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Studi 49
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Terhadap performa.... 50
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Terhadap keistimewaan 51
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Terhadap kehandalan 52
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Terhadap konformansi.....52
Tabel 4.8 hasil jawaban responden terhadap daya tahan..... 53
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Terhadap kemampuan pelayanan.....54
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Terhadap estetika.... 55
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Terhadap kualitas yang dipersepsikan.....55
Tabel 4.12 Rakapitulasi skor kualitas produk..... 56
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden Terhadap pilihan produk.....58
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden Terhadap Pilihan Merek.....58
Tabel 4.15 Hasil Jawaban Responden Terhadadap Penyalur 59
Tabel 4.16 Hasil Jawaban Responden Terhadap Waktu Pembelian 60
Tabel 4.17 Hasil Jawaban Responden Terhadap Jumlah Pembelian.....60

Tabel 4.18 Rekapitulasi skor Keputusan Pembelian.....61
Tabel 4.19Hasil Uji Regresi Sederhana 62
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi 63
Tabel 4.21 Hasil Uji t 64

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian 28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis 33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Penelitian Variabel Kualitas Produk

Lampiran 3. Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Sederhana

Lampiran 5. Tabel t