

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
1 PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5
Ruang Lingkup Penelitian	5
2 TINJAUAN PUSTAKA	5
Citra Merek (<i>Brand image</i>)	5
Kualitas Produk	6
Layanan Purna Jual	7
Keputusan Pembelian Ulang	8
Penelitian Terdahulu	9
Kerangka Konseptual	12
3 METODE	12
Lokasi dan Waktu Penelitian	12
Pendekatan Penelitian	12
Data dan Sumber Data	12
Teknik Pengumpulan Contoh	13
Variabel Penelitian	15
Teknik Pengolahan dan Analisis Data	18
4 GAMBARAN UMUM	20
5 HASIL DAN PEMBAHASAN	21
Karakteristik Responden	21
Perilaku Pengguna <i>Smartphone</i> Samsung	23
Deskripsi Variabel	26
Pengaruh <i>Brand image</i> , Kualitas Produk, Layanan Purna Jual terhadap	
Keputusan Pembelian Ulang <i>Smartphone</i> Samsung	33
Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	33
Model SEM-PLS	35
Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	37
Implikasi Manajerial	40
Keterbatasan Penelitian	43
6 KESIMPULAN DAN SARAN	43
Kesimpulan	43
Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	59

DAFTAR TABEL

1	Jenis dan sumber data	13
2	Sebaran responden per gerai dan wilayah administratif DKI Jakarta	14
3	Variabel penelitian dan definisi operasional	15
4	Variabel dan dimensi penelitian	15
5	Uji reliabilitas	18
6	Sebaran responden berdasarkan karakteristik responden	21
7	Perilaku pengguna <i>smartphone</i> Samsung	23
8	Perilaku pengguna layanan purna jual	25
9	<i>Coorporate image</i>	27
10	<i>User image</i>	27
11	<i>Product image</i>	28
12	Kinerja Produk (<i>Performance</i>)	28
13	Keitimewaan (<i>Features</i>)	29
14	Konformansi (<i>Conformance</i>)	29
15	Keandalan (<i>Reability</i>)	29
16	Ketahanan (<i>Durability</i>)	30
17	Estetika (<i>Aesthetic</i>)	30
18	Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	30
19	Kemampuan Pelayanan (<i>service ability</i>)	31
20	Garansi	32
21	Bantuan Aplikasi	32
22	<i>Customer service</i>	32
23	Persepsi responden terhadap keputusan pembelian	33
24	Hasil uji <i>discriminant validity</i> dan <i>composite reliability</i>	34
25	Hasil pengujian hipotesis	38
26	Implikasi manajerial	42

DAFTAR GAMBAR

1	Perkembangan pengguna <i>smartphone</i> di Indonesia	1
2	<i>Market share smartphone</i> di Indonesia	2
3	Kerangka Konseptual	12
4	Rancangan model SEM-PLS	19
5	Hasil loading faktor analisis SEM-PLS	35
6	Hasil t-hitung analisis SEM-PLS	36

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil uji validitas koesioner	52
2	Kuesioner penelitian	53
3	Hasil output <i>convergent validity</i>	57

© Hak Cipta Milik IPB
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatatkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tujuan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

