



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	13
2.2 Strategi Pemasaran .....	21
2.2.1 Merek .....	21
2.2.2 Kualitas Produk.....	25
2.2.3 Promosi .....	27
2.3 Hubungan Antara Merek, Kualitas Produk , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.4 Penelitian Terdahulu .....	31
2.5 Kerangka Pemikiran.....	32
2.6 Hipotesis Penelitian.....	33
2.7 Variabel Penelitian .....	34
2.8 Definisi Operasional Variabel.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	37

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Jenis Data .....	38
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1	Uji Kualitas Data .....	40
3.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	42
3.5	Uji Hipotesis .....	44
3.5.1	Analisis Regresi Data .....	44
3.5.2	Penguji Hipotesis dengan Uji F (Simultan) .....	44
3.5.3	Penguji Hipotesis dengan Uji Parsial atau Uji t .....	45
3.5.4	Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	45
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>		
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	47
4.2	Struktur Organisasi.....	47
4.3	Profil Perusahaan Samsung.....	49
4.4	Sejarah Smarthpone Samsung.....	52
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
5.1	Hasil Penelitian .....	54
5.2	Karakteristik Responden .....	54
5.2.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
5.2.2	Responden Tingkat Umur .....	55
5.2.3	Komposisi Jenis Pekerjaan Responden.....	55
5.2.4	Responden berdasarkan Pendidikan terakhir .....	56
5.3	Deskripsi Variabel.....	56
5.3.1	Variabel Merek .....	57
5.3.2	Variabel Kualitas Produk .....	58
5.3.3	Variabel Promosi.....	59
5.3.4	Variabel Keputusan Pembelian .....	61
5.4	Uji Kualitas Data.....	62
5.4.1	Uji Validitas .....	62
5.4.2	Uji Reliability.....	65
5.4.3	Uji Normalitas Data .....	66

5.5	Uji Asumsi Klasik .....	67
5.5.1	Uji Multikolinieritas .....	67
5.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	67
5.5.3	Uji Autokorelasi .....	69
5.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
5.6	Pengujian Hipotesis .....	71
5.6.1	Uji Secara Simultan (Uji F) .....	71
5.6.2	Uji Secara Parsial (Uji T) .....	73
5.6.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Korelasi R .....	74
5.7	Pembahasan .....	75

## **BAB VI PENUTUP**

6.1	Kesimpulan .....	77
6.2	Saran .....	79

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **BIOGRAFI**

### **Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.