



# DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>vi</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>viii</b>
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
<b>Bab II Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>15</b>
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.2 Pengertian Merek .....	16
2.3 Karakteristik Merek .....	17
2.4 Pengertian <i>Brand Switching</i> .....	18
2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i> .....	21
2.5.1 Harga .....	21
2.5.2 <i>Sales Promotion</i> .....	24
2.5.3 Kualitas Produk .....	26
2.5.4 <i>Variety Seeking</i> .....	29
2.6 Perilaku Konsumen .....	31
2.7 Model Perilaku Konsumen .....	32
2.8 Keputusan Pembelian .....	33
2.9 Tahap-Tahap dalam Proses Pembelian .....	35
2.10 Pandangan Islam Terhadap Pembelian .....	37
2.11 Penelitian Terdahulu .....	39
2.12 Variabel Penelitian .....	40
2.13 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian .....	40
2.14 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
2.15 Hipotesis .....	44
<b>Bab III Metodologi Penelitian</b> .....	<b>45</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	45
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4 Populasi dan Sampel .....	46
3.5 Analisis Data .....	47
3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.5.2 Uji Normalitas .....	48
3.5.3 Uji Multikolinieritas .....	48
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.5.5 Uji Autokorelasi .....	49
3.5.6 Uji Analisis Regresi Berganda .....	50

© Halimatussodiq, Idris, M. H. S. R. (2018). *UIN Suska Riau*. 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.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruhnya 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.

3.6 Pengujian Hipotesis .....	51
3.6.1 Uji Parsial .....	51
3.6.2 Uji Simultan .....	52
3.6.3 Koefisien Determinasi .....	52
<b>Bab IV Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>54</b>
4.1 Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial .....	54
4.2 Visi, Misi, Karakteristik, dan Tujuan .....	55
4.2.1 Visi .....	55
4.2.2 Misi .....	56
4.2.3 Karakteristik .....	56
4.2.4. Tujuan Pendidikan .....	57
4.3 Struktur Organisasi .....	60
<b>Bab V Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>62</b>
5.1 Karakteristik Responden .....	62
5.1.1 Responden Berdasarkan Jurusan .....	62
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
5.1.3 Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	63
5.1.4 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Smartphone Merek <i>Samsung</i> .....	64
5.2 Deskripsi Variabel .....	64
5.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Harga .....	64
5.2.2 Analisis Deskripsi Variabel <i>Sales Promotion</i> .....	66
5.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	67
5.2.4 Analisis Deskripsi Variabel <i>Variety Seeking</i> .....	68
5.2.5 Analisis Deskripsi Variabel <i>Brand Switching</i> .....	70
5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	71
5.3.1 Uji Validitas .....	71
5.3.2 Uji Realibilitas .....	74
5.4 Uji Normalitas Data .....	75
5.5 Uji Asumsi Klasik .....	77
5.5.1 Uji Multikolinieritas .....	77
5.5.2 Uji Heteroskedasitas .....	78
5.5.3 Uji Autokorelasi .....	79
5.6 Analisis Data Penelitian .....	81
5.6.1 Regresi Linier Berganda .....	81
5.6.2 Uji Secara Parsial .....	83
5.6.3 Uji Secara Simultan .....	86
5.6.3 Koefisien Determinasi .....	87
5.7 Pembahasan .....	87
<b>Bab VI Kesimpulan dan saran .....</b>	<b>90</b>
6.1 Kesimpulan .....	90
6.2 Saran .....	92
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>93</b>
<b>Lampiran</b>	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi Keputusan Pembelian ..... 33

Tabel 2.2 Penelitian dan Variabel Terdahulu ..... 39

Tabel 2.3 Definisi Konsep Variabel Operasional ..... 40

Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan..... 62

Tabel 5.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin ..... 63

Tabel 5.3 Karakteristik Responden berdasarkan usia ..... 63

Tabel 5.4 Karakteristik Responden berdasarkan lama menggunakan *smartphone* merek *samsung* ..... 64

Tabel 5.5 Rekapitulasi tanggapan responden variabel harga ..... 65

Tabel 5.6 Rekapitulasi tanggapan responden variabel *sales promotion* ..... 66

Tabel 5.7 Rekapitulasi tanggapan responden variabel kualitas produk ..... 67

Tabel 5.8 Rekapitulasi tanggapan responden variabel *variety seeking* ..... 69

Tabel 5.9 Rekapitulasi tanggapan responden variabel brand switching ..... 70

Tabel 5.10 Uji validitas harga ..... 72

Tabel 5.11 Uji validitas *sales promotion* ..... 72

Tabel 5.12 Uji validitas kualitas produk ..... 73

Tabel 5.13 Uji validitas *variety seeking* ..... 73

Tabel 5.14 Uji validitas brand switching ..... 74

Tabel 5.15 Uji realibilitas ..... 75

Tabel 5.16 Uji multikolieniritas ..... 78

Tabel 5.17 Uji autokorelasi ..... 80

Tabel 5.18 Analisis regresi berganda ..... 81

Tabel 5.19 Uji T hitung ..... 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

© Hacı İsmail Hıncal / UIN Suska Riau

State University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 5.20 Uji F hitung ..... 84

Tabel 5.21 Koefisien determinasi ..... 86

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.





## DAFTAR GAMBAR

© Hak Cipta Milik 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.

Gambar 1.1	Penggunaan akses internet didunia dalam beberapa periode .....	2
Gambar 1.2	Persentase penggunaan media akses berita dan informasi didunia.....	3
Gambar 1.3	Statistik Kepemilikan Telepeon Genggam di Riau.....	4
Gambar 1.4	Grafik penggunaan akses <i>Operation System</i> pada <i>Gadget</i> dan <i>Smartphone</i> .....	5
Gambar 1.5	Data pertumbuhan merek <i>Smartphone</i> pada periode terakhir .....	7
Gambar 2.1	Model perilaku konsumen .....	33
Gambar 2.2	Tahap-tahap dalam proses pembelian .....	37
Gambar 2.3	Kerangka pemikiran teoritis .....	43
Gambar 5.1	Uji normalitas histogram .....	76
Gambar 5.2	Uji normalitas garis plot.....	76