

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	10
1.2.1    Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2    Perumusan Masalah.....	11
1.3    Maksud dan Tujuan Penelitian .....	11
1.3.1    Maksud Penelitian .....	11
1.3.2    Tujuan Penelitian .....	11
1.4    Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1    Kegunaan Praktis.....	12
1.4.2    Kegunaan Akademis.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1    Pemasaran.....	13
2.2    Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.1    Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.2.2    Fungsi Manajemen Pemasaran.....	14
2.3    Brand Image .....	16
2.3.1    Pengertian Brand Image .....	16
2.3.2    Indikator <i>Brand Image</i> .....	19
2.4    Kualitas Produk.....	21
2.4.1    Pengertian Kualitas Produk.....	21

2.4.2	Indikator Kualitas Produk .....	21
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	24
2.5	Keputusan Pembelian .....	27
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.5.2	Proses Keputusan Pembelian.....	28
2.5.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	29
2.5.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	30
2.6	Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran.....	32
2.6.1	Penelitian Terdahulu.....	32
2.6.2	Kerangka Pemikiran.....	39
2.7	Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	43
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	43
3.2.1	Objek Penelitian.....	43
3.2.2	Unit Analisis .....	43
3.2.3	Lokasi Penelitian.....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	44
3.3.1	Jenis Data Penelitian .....	44
3.3.2	Sumber Data Penelitian .....	44
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	44
3.5	Metode Penarikan Sampel.....	46
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.7	Metode Analisis Data .....	48
3.7.1	Uji Validitas.....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.7.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	52
3.7.4	Analisis <i>Structural Equatio Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i> .....	52
3.8	Hipotesis Penelitian .....	60
3.8.1	Uji Hipotesis .....	60

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1	Profil Umum Perusahaan .....	61
4.1.1	Sejarah Laptop Asus.....	61
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
4.3	Analisis Dekriptif .....	63
4.3.1	Variabel Brand Image .....	63
4.3.2	Variabel Kualitas Produk .....	65
4.3.3	Variabel Keputusan Pembelian .....	68
4.4	Analisis Data SEM-PLS.....	71
4.4.1	Analisis Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	71
4.4.2	Analisis Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	78
4.4.3	Uji Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ) .....	80
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis.....	82
4.5	Pembahasan dan Interpretasi Hasil .....	83
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Laptop di Indonesia Tahun 2022 – 2024 .....	3
Tabel 1. 2 Data Market Share Laptop ASUS Tahun 2022 -2024.....	4
Tabel 1. 3 Perbandingan Daftar Harga Merek Laptop Dari Merek Di Indonesia .....	6
Tabel 1. 4 Pra-Survey Brand Image Laptop Asus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan .....	7
Tabel 1. 5 Pra-Survey Kualitas Produk Laptop Asus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan .....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	44
Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.....	46
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	48
Tabel 3. 4 Uji Validitas .....	49
Tabel 3. 5 Reabilitas Variabel X1 .....	51
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Variabel X2.....	51
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel Y .....	51
Tabel 3. 8 Interpretasi Penilaian Jawaban Responden .....	52
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4. 2 Usia.....	62
Tabel 4. 3 Angkatan.....	62
Tabel 4. 4 Distribusi Variabel Brand Image (X1) .....	63
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2).....	65
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4. 7 Hasil Loading Factor .....	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji Ulang Outer Model Validitas Konvergen .....	75
Tabel 4. 9 Hasil Nilai AVE .....	76
Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading.....	76
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4. 12 Nilai R-Square .....	78
Tabel 4. 13 Nilai VIF .....	79

Tabel 4. 14 f-square .....	79
Tabel 4. 15 Predictive Relevance .....	79
Tabel 4. 16 Predictive Relevance .....	80
Tabel 4. 17 Uji Bootstraping .....	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Laptop di Indonesia tahun 2024.....	2
Gambar 1. 2 Ulasan Pelanggan Terkait Keluhan Kualitas Produk Laptop Asus ....	8
Gambar 1. 3 Ulasan Pelanggan produk laptop ASUS dari rating .....	8
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan .....	28
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	41
Gambar 3. 1 Outer Model 1 .....	56
Gambar 3. 2 Outer Model 2 .....	56
Gambar 3. 3 Outer Model 3 .....	57
Gambar 3. 4 Inner Model .....	58
Gambar 3. 5 Full Model .....	58
Gambar 4. 1 Analisis First Model .....	72
Gambar 4. 2 Hasil Uji Ulang Validitas Konvergen .....	74
Gambar 4. 3 Hasil Bootstrapping .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	89
---------------------------------------	----