

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Samsung.....	1
1.1.2 Apple.Inc	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	18
2.1 Rangkuman Teori Rangkuman.....	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 Produk.....	19
2.1.3 Atribut Produk.....	20

2.1.4.	Pendekatan Atribut.....	23
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Pemikiran	29
2.4	Hipotesis Penelitian	30
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	32
3.2.1	Variabel Operasional	32
3.2.2	Skala Pengukuran	37
3.2.3	Tahapan Penelitian.....	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1.	Populasi.....	39
3.3.2.	Sampel.....	39
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.4	Pengumpulan Data	41
3.4.1	Jenis Data.....	41
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.5.1	Uji Validitas.....	43
3.5.2	Uji Reliabilitas	46
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1	Analisis Deskriptif	48
3.6.2	Uji Beda Mann Whitney	50
3.7	Hipotesis Penelitian.....	52
BAB IV	53
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.1.1	Gambaran Identitas Responden	53

4.1.1.1 Gambaran Identitas Responden Apple iPhone X.....	53
4.1.1.2 Gambaran Identitas Responden Samsung Galaxy S9	56
4.1.2 Analisis Deskriptif	96
4.1.3 Uji Beda <i>Mann Whitney</i>	100
BAB V.....	102
KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108