

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Faktor Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.	10
2.1.2 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>) dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis.....	42
 BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	45

3.3 Operasional Variabel	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	52
3.5 Metode Pengumpulan Data	53
3.6 Metode Analisis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskriptif Unit Analisis.....	68
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
Daftar Pustaka.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Perbandingan Penjualan Handphone di Seluruh Dunia Berdasarkan Merek (ribuan unit).....	5
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel Faktor Sosial (X1).....	58
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis (X2).....	59
Tabel 3.4	Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X3).....	59
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 3.6	Uji Realibilitas.....	61
Tabel 4.1	Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan Tipe Merek <i>BlackBerry</i>	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Pulsa.....	71
Tabel 4.4	Data Deskriptif Variabel Faktor Sosial.....	72
Tabel 4.5	Data Deskriptif Variabel Faktor Psikologis.....	74
Tabel 4.6	Data Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	76
Tabel 4.7	Data Deskriptif Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	79
Tabel 4.9	Hasil Uji Linieritas.....	80

Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4.11	Hasil Uji Uji Heterokedastisitas Faktor Sosial (X1) dan Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas Faktor Psikologi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.13	Hasil Uji Heterokedastisitas <i>Brand Awareness</i> (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 4.14	Hasil Uji t variabel faktor sosial terhadap keputusan pembelian.....	85
Tabel 4.15	Hasil Analisis determinasi faktor sosial terhadap keputusan pembelian.....	86
Tabel 4.16	Hasil Uji t variabel faktor psikologi terhadap keputusan pembelian.....	87
Tabel 4.17	Hasil Analisis determinasi faktor psikologis terhadap keputusan pembelian.....	89
Tabel 4.18	Hasil Uji t variabel <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	90
Tabel 4.19	Hasil Analisis determinasi <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	91
Tabel 4.20	Hasil Uji F variabel faktor sosial, faktor psikologi dan <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	93

Tabel 4.21	Hasil Koefisien variabel faktor sosial, faktor psikologi dan brand awareness terhadap keputusan pembelian.....	94
Tabel 4.22	Hasil Analisis determinasi faktor sosial, faktor psikologi dan <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 2.2	Hierarki Kebutuhan Maslow.....	15
Gambar 2.3	Piramida <i>Awareness</i>	21
Gambar 2.4	Model lima tahap proses pembelian konsumen.....	23
Gambar 2.5	Langkah-langkah antara evaluasi Dan keputusan pembelian.....	28
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1.	Kuesioner Faktor Sosial, Faktor Psikologis, <i>Brand Awareness</i> dan Keputusan Pembelian
2.	Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial, Faktor Psikologis, <i>Brand Awareness</i> dan Keputusan Pembelian
3.	Hasil Data Penelitian Variabel dan Tabel Tabulasi
4.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja
5.	Hasil Uji Realibilitas
6.	Hasil Kuesioner Variabel Kompensasi
7.	Hasil Kuesioner Variabel Budaya Organisasi
8.	Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Kerja
9.	Hasil Uji Normalitas