

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi	3
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Aspek Teoritis	9
1.6.2 Aspek Praktis	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori-Teori Penelitian	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.1.1 Bauran Pemasaran	12
2.1.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.1.3 Proses Keputusan Pembelian	19
2.1.1.4 Perilaku Pasca Pembelian	20
2.1.2 Hubungan Bauran Pemasaran dan Perilaku Pasca Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25

2.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Karakteristik Penelitian	28
3.2 Alat Pengumpulan Data	29
3.2.1 Operasional Variabel	29
3.2.2 Skala Penelitian	37
3.3 Tahapan Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	41
3.6 Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	45
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	46
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	46
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	48
3.7.3 Uji Hipotesis	48
3.7.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	50
3.7.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	51
3.8 Koefisien Determinasi (R) ²	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Karakteristik Responden	54
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Tidaknya Samsung Galaxy Note 7 Meledak	54
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung Pasca Meledaknya Galaxy Note 7	55
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57

4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	58
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>Smartphone</i> Samsung	59
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran	59
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Keputusan Pasca Pembelian	72
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.2.5 Uji Hipotesis	80
4.2.6 Koefisien Determinasi	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	88
4.3.1 Bauran Pemasaran	88
4.3.2 Keputusan Pasca Pembelian	89
4.3.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasca Pembelian	89
BAB IV KESIMPULAN DAN HASIL	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	93
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN