

**PENGARUH GAYA HIDUP, *BRAND AWARENESS*, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Walisono Semarang Tahun Angkatan Tahun 2013/2014-2014/2015)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

HANIK SAADAH
NIM 122411098

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONO
SEMARANG
2016**

H. Much Fauzi, SE., MM.

NIP. 19730811 200604 1 001

Dk. Genting Ds. Walangsari RT/RW 04/01 Kelurahan Walangsari Moga Pemalang

Henry Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Tanjungsari RT/RW 07/05 Tambak Aji Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Hanik Saadah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi dari saudara:

Nama : Hanik Saadah

NIM : 122411098

Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Awareness* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Tahun 2013-2014**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 30 Maret 2016

Pembimbing I



H. Much Fauzi, SE., MM.
NIP. 19730811 200604 1 001



Pembimbing II



Henry Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Telp. (024) 7608454 Ngaliyan Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Hanik Saadah
NIM : 122411098
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Judul Skripsi : “Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Awareness* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan tahun 2013/2014 dan 2014/2015”

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal :


10 Juni 2016

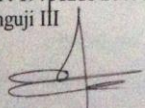
Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Strata I (S1) guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

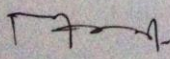
Semarang, 13 Juni 2016

Mengetahui

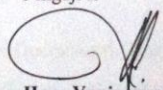
Penguji I

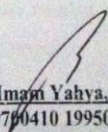

Ahmad Furqon, Lc., MA
NIP. 19751218 200501 1 002
Penguji III

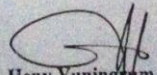

Dr. H. Muchlis, M.Si
NIP. 19610117 198803 1 002
Pembimbing I


H. Muchamad Fauzi, SE., M.Si.
NIP. 19730217 200604 1 001

Penguji II


Heny Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19790512 200501 2 004
Penguji IV


Dr. H. Imam Yahya, M.Ag
NIP. 19740410 199503 1 001
Pembimbing II


Heny Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19790512 200501 2 004



MOTTO

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا

اللَّهِ يَتَأُولَى الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

*Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."
(QS. Al-Maidah :100)*

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Ayah (Sutarwi) dan Ibunda (Siti Aminah) tercinta, Engkaulah sinar cahaya dalam hidupku. Terimakasih selalu mendoakan, mendukung baik moral maupun material, selalu mencurahkan kasih sayang kepada ananda, engkaulah pahlawan yang selalu menyayangi dan membimbingku. Tak ada kata yang cukup untuk menggambarkan kebahagiaan memiliki pahlawan sebaik engkau.
2. Kakak-kakak tersayang (Zuli Astuti', Ansori, Ulun Muharis dan Ahmad Rois) dan *the Only One* Ali Mashar. Terimakasih selalu mendukung, mendoakan, memberi semangat dan memberi senyum saat adhik sedih, membangunkan adhik saat adhik terjatuh, memberikan dana saat adhik butuh dan memotivasi disaat adhik rapuh. semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan, kesehatan, kemudahan, kesuksesan dan rejeki yang halal serta barokah.
3. Kakek dan Nenek terkasih (Supar dan Sailah). Terima kasih selalu mengingatkan cucumu untuk selalu beribadah dan rajin belajar. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan.
4. Ponakan tersayang (Lucky Ariyansyah). Terimakasih selalu memberi kelucuan saat kakak sedih, dan memberi senyum manis saat kakak merasa lelah Tetap rajin belajar, semoga menjadi anak yang berguna bagi nusa, bangsa dan agama.
5. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Teman-teman seperjuangan. Siti Nur hasanah, Bebeb (Irma Rosyida, Fina Rohmawati, Miskiyah, Nofi), say Ulfa, EIA, EIB, EIC, EID dan EIE angkatan 2012.
7. Temen-temen PPL (Kayaton, Bang Thoyib dan Jokowi).

8. Teman Organisasi ForSHEI, KOPMA WS, KSPM Walisongo, KMPP, IKLAS, HMJ EI dan Bidik Misi 2012
9. Teman kos Wisma Nur (mbk rohmah, susi, niha, mbk iroh, mbk via, mbk lia, intan, bebeb Irma dan lanti) serta teman kos Annur.
10. Teman-teman Posko KKN 41 (Mbeb Ulfa, Yul Diyah, Bat Batalion, Mak Santy, Kak Yor, Niam, Khamim), Kalian luar biasa.
11. Teman-teman distro From zero (mbak wiwik, mbk navis, mbk Yanti, mbk maey, pak narno, dan tuyul-tuyul).

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang,
Parator,



HANIK SAADAH
NIM. 122411098

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Pedoman Transliterasi Huruf Arab Ke Huruf Latin

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf arab harus disalin kedalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan suatu transliterasi sebagai berikut:

1. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

2. Vokal

ا = a

ي = i

و = u

3. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

4. Syaddah (ˆ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda

5. Kata sandang (...ال)

Kata sandang(...ال) ditulis dengan *al-* *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

6. Ta' marbutah (ة)
Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h"

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui : (1) seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2013-2014. (2) seberapa besar pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2013-2014. (3) seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2013-2014.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner (angket). Subjek penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 responden, teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap angket yang dibagikan peneliti kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2013-2014. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis, sedangkan pengolahannya menggunakan SPSS 16.0 *for windows*.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X_1), brand awareness (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan pengolahan data model regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 6,896 + 0,352 X_1 + 0,242 X_2 + 0,295 X_3 + e$

Dari persamaan regresi diatas ketiga variabel variabel gaya hidup (X_1), brand awareness (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung. Akan tetapi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah faktor gaya hidup.

Koefisiensi determinasi (*R Square*) sebesar 31,4% variabel keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan variabel-variabel independen. Sedangkan sisanya 68,6% dijelaskan oleh sebab-sebab diluar model. Hal ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan

antara variabel gaya hidup, *brand awareness* dan harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2013-2014.

Kata Kunci: Gaya hidup, *Brand awaraness* dan Keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah menurunkan syari'at Islam sebagai tuntunan bagi hamba-Nya, agar kita hidup sejahtera lahir dan bathin, dunia dan akhirat. Sholawat dan salam mudah-mudahan tetap dilimpahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, pembawa risalah dan suri teladan dalam menjalankan syari'at Islam sebagai pedoman hidup di dunia dan akhirat.

Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya serta usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Brand Awareness dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Tahun 2013-2014”**.

Dalam penulisan skripsi ini tentu Penulis tidak lepas dari bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dorongan spiritual maupun materiil, oleh karena itu Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. DR. H. Muhibbin, M.A., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, beserta seluruh aktifitas akademik yang telah memberikan berbagai kebijakan untuk memanfaatkan segala fasilitas di Fakultas.

3. H. Ahmad Furqon, LC., MA dan Mohammad Nadzir, SHi., M.Si yang telah memberikan berbagai motivasi dan arahnya mulai dari proses pengajuan judul skripsi hingga proses-proses berikutnya.
4. H. Much Fauzi, SE., MM dan Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II penulis skripsi ini, dengan penuh kesabaran telah mencurahkan perhatian yang besar dalam memberikan bimbingan. Terimakasih atas bimbingan, arahan, motivasi, dan juga dukungannya, semoga selalu diberi kemudahan dalam menjalani kehidupan.
5. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku dosen wali yang tiada henti membimbingku selama penulis berada dalam bangku perkuliahan.
6. Para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap pegawai Perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Perpustakaan UIN Walisongo, yang telah memberikan izin dan layanan kepastakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penyusunan skripsi ini telah penulis usahakan semaksimal mungkin agar tercapai hasil yang semaksimal pula. Namun penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Semarang,
Penulis,

HANIK SAADAH
NIM. 122411098

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Deklarasi	vii
Pedoman Transliterasi	vii
Abstrak	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Permintaan	17
2.2 Gaya Hidup	23
2.2.1 Masalah	27
2.3 Brand Awareness	34
2.3.1 Merek	34
2.3.2 Kesadaran Merek	38
2.3.3 Kajian Syariah tentang Merek	42
2.4 Harga	47
2.4.1 Kajian Syariah tentang Harga	52
2.5 Keputusan Pembelian	54
2.5.1 Kajian Syariah tentang Keputusan Pembelian	63
2.6 Penelitian Terdahulu	64
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritik	67
2.8 Hipotesis	68

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data	70
3.2 Populasi dan Sempel	71
3.2.1 Populasi	71
3.2.2 Sampel	72
3.3 Metode Pengumpulan Data	73
3.4 Variable Penelitian dan Pengukuran	74
3.5 Teknik Analisa Data	77
3.5.1 Uji Kualitas Data	77
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	80
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda	85
3.6 Pengujian Hipótesis	86

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Deskripsi Objek Penelitian	89
4.1.1 Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo	89
4.1.2 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo	90
4.1.3 Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo	91
4.1.4 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo	91
4.1.5 Jumlah Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo	93
4.1.6 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo	93
4.2 Karakteristik Responden	94
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	95
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	95

4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	96
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian <i>Smartphone</i>	97
4.3	Deskripsi Variabel penelitian	98
4.3.1	Variabel Gaya Hidup (X_1)	98
4.3.2	Variabel <i>Brand Awareness</i> (X_2)	100
4.3.3	Variabel Harga (X_3)	103
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian (X_4)	105
4.4	Uji Kualitas Data	108
4.4.1	Uji Validitas Instrumen	108
4.4.2	Uji Reliabilitas Instrumen	109
4.5	Uji Asumsi Klasik	111
4.5.1	Uji Multikolinearitas	111
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	113
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	114
4.7	Pengujian Hipotesis	116
4.7.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	116
4.7.2	Hasil Uji Pengaruh Simultan (F Test)	117
4.7.3	Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (t Test)	119
4.8	Pembahasan	120
4.8.1	Pengaruh Gaya Hidup (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung ...	121
4.8.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung ...	123
4.8.3	Pengaruh Harga (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung	124
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	126
5.2	Saran	128

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Penjualan Smartphone Global	4
Tabel 1.2	Data Pendapatan Orang Tua Mahasiswa yang Memiliki Smartphone dan Harga Smartphone yang Dimiliki Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah	9
Tabel 2.1	Dimesi Pengukuran Gaya Hidup AIO	27
Tabel 2.2	Manfaat Merek	37
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2013-2014	72
Tabel 3.2	Variabel dan Pengukuran	76
Tabel 4.1	Jumlah Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	93
Tabel 4.2	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	94
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Jurusan.....	95
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Uang Saku	96
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua.....	96
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan pembelian Smartphone	97
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Gaya Hidup (A1).....	98
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Gaya Hidup (A2).....	99
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi tanggapan Responden Tentang Gaya Hidup (A3).....	99
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi tanggapan Responden Tentang Gaya Hidup (A4).....	100
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Brand Awareness (B1).....	101
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Brand Awareness (B2).....	101
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Brand Awareness (B3)	102

Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Harga (C1)	103
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Harga (C2)	104
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Harga (C3)	104
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (D1)	105
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (D2)	105
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (D3)	106
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (D4)	107
Tabel 4.21	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (D5)	107
Tabel 4.22	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	108
Tabel 4.23	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	110
Tabel 4.24	Hasil Uji Multikolinearitas.....	111
Tabel 4.25	Hasil Regresi Linier Berganda	114
Tabel 4.26	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	117
Tabel 4.27	Hasil Uji F.....	118
Tabel 4.28	Hasil Uji t.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pergerakan Sepanjang Kurva	20
Gambar 2.2	Kurva Permintaan Pasar	22
Gambar 2.3	Gaya Hidup dan Proses Konsumsi	25
Gambar 2.4	Keberadaan Masalah dalam Konsumsi	33
Gambar 2.4	Piramida Kesadaran Merek	39
Gambar 2.5	Nilai-Nilai Kesadaran Merek	40
Gambar 2.6	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	61
Gambar 2.7	Kerangka Pemikiran Teoritik	68
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	92
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	113

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner**
- Lampiran 2: Data Responden**
- Lampiran 3: Uji Validitas dan Realibilitas**
- Lampiran 4: Analisis Regresi Linier Berganda**
- Lampiran 5: Uji Multikorelasi dan Heteroskedastisitas**
- Lampiran 6: Pengujian Hipotesis**
- Lampiran 7: Data Pendapatan Ortu dan Harga Smartphone
(Latar Belakang)**
- Lampiran 8: Kerangka Pertanyaan**