

## DAFTAR ISI

<b>COVER/HALAMAN MUKA</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	14
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	14
1.2.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	16
1.4.2 Manfaat Praktis .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>17</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	17
2.1.1 Manajemen.....	17
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	17
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	18
2.1.1.3 Tujuan Manajemen .....	21
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-Nilai Manajemen.....	22
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen .....	23
2.1.1.6 Manajemen Modern .....	25
2.1.2 Pemasaran .....	26

2.1.3	Manajemen Pemasaran.....	27
2.1.3.1	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	27
2.1.3.2	Fungsi Manajemen Pemasaran .....	28
2.1.3.3	Tujuan Manajemen Pemasaran .....	30
2.1.3.4	<i>Marketing Mix</i> .....	31
2.1.3.5	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....	32
2.1.3.6	Strategi Pemasaran.....	35
2.1.3.7	Pemasaran Era Industri 4.0 dan Society 5.0 .....	36
2.1.4	<i>Brand Awareness</i> .....	38
2.1.4.1	Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	38
2.1.4.2	Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	39
2.1.4.3	Manfaat <i>Brand Awareness</i> .....	39
2.1.4.4	Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	40
2.1.5	<i>Perceived Qiality</i> .....	41
2.1.5.1	Pengertian <i>Perceived Qiality</i> .....	41
2.1.5.2	Nilai <i>Perceived Qiality</i> .....	41
2.1.5.3	Indikator <i>Perceived Qiality</i> .....	42
2.1.6	Keputusan Pembelian.....	43
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	43
2.1.6.2	Konsep Dasar Keputusan Pembelian .....	45
2.1.6.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	46
2.1.6.4	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	46
2.1.7	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
2.2	Kerangka Pemikiran .....	50
2.2.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian...	50
2.2.2	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	51
2.2.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.3	Hipotesis Penelitian .....	54
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1	Metode Penelitian .....	56

3.2	Definisi dan Operasional Variabel.....	58
3.2.1	Definisi Variabel.....	58
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	60
3.3.1	Populasi .....	60
3.3.2	Sampel .....	61
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.4.1	Sumber Data.....	62
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.5	Teknik Analisis Data.....	64
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	65
3.5.2	Analisis Asosiatif .....	66
3.5.2.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
1.	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana .....	67
2.	Analisis Koefisien Determinasi .....	68
3.	Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial).....	68
3.5.2.2	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	69
2	Analisis Koefisien Determinasi .....	70
3	Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial).....	71
3.5.2.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	73
3	Analisis Koefisien Determinasi .....	74
4	Uji F .....	75
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	76
3.6.1	Tempat Penelitian.....	76
3.6.2	Waktu Penelitian .....	76

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	77
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.1.1.1 Profil Phoenix Cell Ciamis .....	77
4.1.1.2 Visi dan Misi Phoenix Cell Ciamis .....	78
4.1.1.3 Struktur Organisasi Phoenix Cell Ciamis .....	79
4.1.2 Karakteristik Responden.....	81
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	84
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang <i>Brand Awareness</i> pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis.....	97
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang <i>Perceived Quality</i> pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis.....	110
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis.....	112
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	123
4.1.4.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis ....	123
4.1.4.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis .....	128
4.1.4.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis .....	133
4.2 Pembahasan .....	143
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis .....	143
4.2.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis .....	146
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone Xiaomi</i> di Phoenix Cell Ciamis.....	148

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>151</b>
5.1 Simpulan.....	151
5.2 Saran .....	152
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>154</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2020-2024 .....	5
Tabel 1.2	Penjualan <i>Smartphone Xiaomi</i> di <i>Phoenix cell</i> Ciamis Tahun 2024 ..	7
Tabel 1.3	Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian .....	8
Tabel 1.4	Hasil Pra Survey <i>Brand Awareness</i> .....	10
Tabel 1.5	Hasil Pra Survey <i>Perceived Quality</i> .....	12
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli .....	24
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	59
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	70
Tabel 3.2	Data Konsumen <i>Phoenix cell</i> Tahun 2023 .....	72
Tabel 3.3	Kategori Jawaban dan Cara Pemberian Skor Angket.....	75
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	78
Tabel 3.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	81
Tabel 3.6	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	85
Tabel 3.7	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	87
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5	Pedoman Interpretasi Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden <i>Xiaomi</i> Merupakan Ponsel <i>Smartphone</i> yang Menggunakan OS Android .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden <i>Smartphone</i> <i>Xiaomi</i> Merupakan Jenis Android yang Terpercaya Dikalangan Umum ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden <i>Smartphone</i> Merek <i>Xiaomi</i> Memiliki Style dan Desain yang Menarik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Konsumen Mengenali *Smartphone* Xiaomi Dari Review Atas Spesifikasi *Smartphone* Tersebut **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Konsumen Langsung Mengetahui *Smartphone* Xiaomi Hanya dengan Melihat Tampilan Logo Saja **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Produk *Smartphone* yang Ditawarkan Oleh Merek Xiaomi Memiliki Ciri Khas Tertentu **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 12 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Memiliki Model yang Mudah Diingat Oleh Konsumen ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Diantara Model Handphone yang Ada, *Smartphone* Xiaomi Adalah *Smartphone* yang Modelnya Paling Mudah Diingat..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 14 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Merupakan Alternatif Pilihan Utama Ketika Hendak Membeli Handphone **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Apabila Diminta Untuk Menyebutkan *Smartphone* Android, Maka Xiaomi Adalah Merek yang Pertama Kali Konsumen Ingat ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel *Brand Awareness* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 17 Interpretasi Data untuk Total Pernyataan *Brand Awareness* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 18 Pedoman Interpretasi Variabel *Perceived Quality* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 19 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Memiliki Performa Diatas Kompetitor ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Kinerja Produk *Smartphone* Xiaomi Sangat Bagus..... **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4. 21 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Memiliki Daya Tahan yang Sangat Baik dan Tidak Mudah Rusak **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 22 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Memiliki Daya Tahan Kuat yang Dapat Bertahan Lebih dari 3 Tahun **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 23 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Berfungsi dengan Sangat Konsisten Setiap Dipakai ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 24 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Adalah *Smartphone* Memiliki Fitur yang Sangat Lengkap dan Berkualitas ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Fitur-Fitur Yang diberikan Xiaomi Sesuai dengan Spesifikasi Handphone ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 26 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Merupakan *Smartphone* yang Memiliki Kapasitas Baterai Besar Sehingga Tahan Lama.. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Toko Phoenix Cell Memiliki Pelayanan yang Nyaman dan Mudah Dipahami yang Dapat Diandalkan Oleh Konsumen dalam Pembelian *Smartphone*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 28 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Memiliki Gaya dan Sesain Model yang Tidak Kalah Menarik dengan *Smartphone* Merek Lainnya ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 29 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel *Perceived Quality*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 30 Interpretasi Data untuk Total Pernyataan *Perceived Quality*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 31 Pedoman Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Konsumen Membeli *Smartphone* Xiaomi Karena Sesuai Dengan Kebutuhan..... **Error! Bookmark not defined.**



- Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Konsumen Membeli *Smartphone* Xiaomi di Pheonix Cell Ciamis Karena Kesetaraan Antara Harga Dengan Kualitas yang Sesuai .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Konsumen Merasa Bahwa *Smartphone* Xiaomi Sebagai Pilihan Pertama Ketika Membeli *Smartphone* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Konsumen Memilih *Smartphone* Xiaomi Karena Harga Produk Xiaomi Sangat Sesuai Dengan Daya Beli Konsumen .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Konsumen Memilih *Smartphone* Xiaomi Karena Suka Dengan Varian dan Fiturnya**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Konsumen Memilih *Smartphone* Xiaomi Karena Memiliki Kualitas Produk yang Cukup Baik Dengan Para Pesaingnya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Konsumen Tertarik Membeli *Smartphone* Karena Memiliki Kualitas yang Bagus **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Konsumen Tertarik dengan *Smartphone* Xiaomi Karena Memiliki Ciri Khas Tertentu ...**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Ketika Konsumen Membeli Produk *Smartphone* Konsumen Akan Lebih Meluangkan Waktu untuk Mendapatkan *Smartphone* Xiaomi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 41 Tanggapan Responden *Smartphone* Xiaomi Memiliki Fitur-Fitur Yang Sangat Baik .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 42 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel *Perceived Quality*.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 43 Interpretasi Data untuk Total Pernyataan Keputusan Pembelian .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 44 Data Variabel *Brand Awareness* (X1) dan Keputusan Pembelian (Y) .....**Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4. 45 Data Variabel *Perceived Quality* (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)  
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 46 Data Variabel Data Variabel *Brand Awareness* (X1), *Perceived Quality*  
(X2) dan Keputusan Pembelian (Y).....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 47 Rekapitulasi Koefisien Korelasi .....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara yang Mengalami Peningkatan Penggunaan <i>Smartphone</i> ...	3
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	57
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Tugas Membimbing Skripsi.....	
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian Skripsi.....	
Lampiran 3 Balasan Ijin Penelitian Skripsi.....	
Lampiran 4 Data Penjualan Xiaomi 2023.....	
Lampiran 5 Kuisisioner Penelitian.....	
Lampiran 6 Rekapitulasi Data Ordinal X1.....	
Lampiran 7 Rekapitulasi Data Ordinal X2.....	
Lampiran 8 Rekapitulasi Data Ordinal Y.....	
Lampiran 9 Hasil Olah Data Menggunakan SPSS.....	

