

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	16
1. Costumer Willingness to Pay.....	16
2. Pemasaran	16
3. Perilaku Konsumen	20
4. Product Quality (Kualitas Produk)	23
5. Brand luxury (Merek Mewah)	29
6. Lifestyle (Gaya Hidup).....	33
7. Keputusan pembelian	37
B. Penelitian Terdahulu.....	43
C. Kerangka Berpikir	45
D. Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis pendekatan.....	52
B. Setting penelitian	52
C. Populasi dan sampel	53
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	54

E.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	58
F.	Teknik Pengumpulan Data	59
G.	Teknik Analisis Data	60

BAB IV PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian.....	65
1.	Gambaran Objek Penelitian.....	65
2.	Gambaran Umum responden	67
3.	Analisis Data	75
B.	Pembahasan.....	87
1.	Pengaruh quality product terhadap keputusan pembelian smartphone Iphone pada mahasiswa IAIN Kudus	88
2.	Pengaruh Lxury brand terhadap keputusan pembelian smartphone Iphone pada mahasiswa IAIN Kudus.....	90
3.	Pengaruh Lifestyle terhadap keputusan pembelian Smartphone pada mahasiswa IAIN Kudus	92

BAB V PENUTUP

A.	Simpulan	95
B.	Keterbatasan penelitian.....	96
C.	Saran-Saran	97
D.	Penutup.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand <i>Smartphone</i> for Gen-Z Index 2022	5
Tabel 1.2	5 Perusahaan Teratas, Pengiriman <i>Smartphone</i> ke Seluruh Dunia, Pangsa Pasar, dan Pertumbuhan Tahun-ke-Tahun, Q4 2022 (Hasil awal, pengiriman dalam jutaan unit).....	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 4.1	Berdasarkan Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2	Berdasarkan Angkatan Responden	67
Tabel 4.3	Karakteristik Didasarkan Pada Usia Responden ...	68
Tabel 4.4	Berdasarkan fakultas responden	69
Tabel 4.5	Berdasarkan atas Penghasilan atau Uang saku.....	69
Tabel 4.6	Berdasarkan lama penggunaan <i>smartphone</i>	70
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Kuesioner Oleh Responden.....	71
Tabel 4.8	Hasil uji Validitas	76
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	78
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	80
Table 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.12	Hasil autokorelasi	83
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4.14	Hasil analisis koefisien determinan (R^2)	85
Tabel 4.15	Hasil hitung uji parsial.....	86
Tabel 4.16	Hasil Hitung Uji F	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian..... 40
 Gambar 2.2 Kerangka Berpikir 46
 Gambar 4.1 Logo perusahaan Apple Inc..... 66
 Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... 79
 Gambar 4.3 Hasil uji Normalitas 79
 Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas 82

