

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	18
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.1.1 Konsep Pemasaran	18
2.1.1.2 Definisi Pemasaran	18
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	20
2.1.1.4 Konsep Produk	25
2.1.1.5 Bauran Produk	26
2.1.2 Variasi Produk	27
2.1.2.1 Definisi Variasi Produk	27
2.1.2.2 Dimensi Variasi Produk	29
2.1.3 Konsep Keputusan Pembelian	30
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian	30
2.1.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian	32
2.1.4 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.1.5 Orisinalitas Penelitian	42
2.2 Kerangka Pemikiran	45
2.3 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Jenis dan Metode Penelitian yang dilakukan	53
3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan	53
3.2.2 Metode Penelitian yang Digunakan	54
3.2.3 Operasionalisasi Variabel	55
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	61

3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	64
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data	69
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas	70
3.2.8 Teknik Analisis Data	82
3.2.9 Pengujian Hipotesis	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	91
4.1 Profil Perusahaan Nokia	91
4.1.1 Profil Perusahaan Nokia	91
4.1.1.1 Sejarah Nokia	91
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden	97
4.2.1 Karakteristik Responden	97
4.1.2 Pengalaman Responden	107
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Gambaran Terhadap Variabel Variasi Produk	114
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variasi Produk ..	114
4.4 Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap Keputusan Pembelian	138
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Nokia Series X	104
4.5 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	164
4.5.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan.....	164
4.5.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial.....	165
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	170
4.6.1 Pembahasan Variasi Produk.....	170
4.6.2 Pembahasan Keputusan Pembelian.....	174
4.6.3 Pembahasan Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	179
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	180
4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	181
4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris	182
4.8 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis	182
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	186
5.1 Kesimpulan	186
5.2 Rekomendasi	187
DAFTAR PUSTAKA	190