

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Tinjauan Empirik.....	10
1.6 Kajian Teoritik	15
1.6.1 Pemasaran.....	15
1.6.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
1.6.1.2 Bauran Pemasaran	16
1.6.1.3 Produk.....	17

1.6.1.3.1	Pengertian Produk	17
1.6.1.3.2	Klasifikasi Produk	18
1.6.1.3.3	Atribut Produk	19
1.6.1.3.4	Dimensi Kualitas Produk.....	20
1.6.1.4	Harga	21
1.6.1.4.1	Pengertian Harga	21
1.6.1.4.2	Strategi Penyesuaian Harga.....	22
1.6.1.4.3	Tujuan Penetapan Harga.....	23
1.6.1.4.4	Faktor-faktor Penetapan Harga.....	25
1.6.1.4.5	Indikator Harga.....	27
1.6.1.5	Promosi.....	27
1.6.1.5.1	Pengertian Promosi.....	27
1.6.1.5.2	Bauran Promosi	29
1.6.1.6	Perilaku Konsumen	33
1.6.1.6.1	Model Keputusan Konsumen	34
1.6.1.6.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	35
1.6.1.7	Keputusan Pembelian	39
1.6.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	39
1.6.1.7.2	Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan Membeli	40
1.6.1.8	Pengaruh Antarvariabel Penelitian	42
1.6.1.8.1	Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	42
1.6.1.8.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	43
1.6.1.8.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	45

1.7	Kerangka Pemikiran.....	47
1.8	Definisi Konsep dan Operasional	48
1.8.1	Definisi Konsep	48
1.8.2	Definisi Operasional.....	49
1.9	Hipotesis	57
1.10	Metodologi Penelitian.....	58
1.10.1	Tipe Penelitian	58
1.10.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	58
1.10.3	Lokasi Penelitian.....	58
1.10.4	Sumber Data.....	59
1.10.5	Teknik Pengumpulan Data.....	59
1.10.6	Populasi dan Sampel	60
1.10.6.1	Populasi.....	60
1.10.6.2	Sampel.....	60
1.10.7	Teknik Sampling.....	61
1.10.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	62
1.10.8.1	Uji Validitas	62
1.10.8.2	Uji Reliabilitas	63
1.10.9	Teknik Analisis Data.....	64
1.10.9.1	Analisis Statistik Deskriptif	64
1.10.9.2	Analisis Statistik Inferensial	64
1.10.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	65
1.10.9.4	Analisis Regresi Linier Berganda	66

1.10.9.5 Uji Hipotesis	67
1.10.9.5.1 Analisis Uji F (Uji secara Simultan).....	67
1.10.9.5.2 Analisis Uji T (Uji secara Parsial)	68
1.10.9.6 Analisis Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	69
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	71
2.1 Sejarah Xiaomi Inc	71
2.2 Budaya Perusahaan	74
2.3 Struktur Manajemen Xiaomi.....	74
2.4 Produk Perusahaan.....	79
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	82
3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
3.1.1 Uji Validitas.....	82
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	85
3.2 Karakteristik Responden.....	86
3.2.1 Jenis Kelamin	86
3.2.2 Usia Responden	87
3.2.3 Pengeluaran Per Bulan di Luar Biaya Kos/Rumah	87
3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	88
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Produk	89
3.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga	106
3.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Promosi.....	110
3.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	120
3.4 Uji Asumsi Klasik.....	125

3.5 Analisis Statistik Inferensial	128
3.6 Uji Hipotesis	130
3.7 Koefisien Determinasi	133
3.8 Pembahasan	133
BAB V PENUTUP.....	141
4.1 Kesimpulan	141
4.2 Saran	141
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Global Operating Sistem Smartphone Market Share</i>	4
Tabel 1.2 Penjualan Produk <i>Smartphone</i> Android Xiaomi	6
Tabel 1.3 <i>Global Smartphone Vendor Market Share</i>	7
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.1 Contoh Produk <i>Smartphone</i> Xiaomi.....	78
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	82
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	82
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	82
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	84
Tabel 3.6 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
Tabel 3.7 Persentase Responden berdasarkan Usia	86
Tabel 3.8 Persentase Responden berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	87
Tabel 3.9 Tanggapan mengenai <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Mudah Dioperasikan.....	89
Tabel 3.10 Tanggapan mengenai Layar Sentuh <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Mudah Digunakan.....	90
Tabel 3.11 Tanggapan mengenai Hasil dari Foto <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Memiliki Kualitas Gambar yang Jernih.....	91
Tabel 3.12 Tanggapan Mengenai Adanya Fitur <i>Upgrade</i> Sistem Operasi Android pada <i>Smartphone</i> Android Xiaomi	92

Tabel 3.13 Tanggapan mengenai Adanya Akun Mi pada <i>Smartphone</i> Android Xiaomi untuk Menyimpan Berkas	93
Tabel 3.14 Tanggapan mengenai <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Mampu Menjalankan Semua Fitur/Multitasking secara Bersamaan Tanpa Mengalami Masalah.....	94
Tabel 3.15 Tanggapan mengenai Perangkat Keras (<i>Hardware</i>) Android Xiaomi Selalu Stabil Ketika Digunakan	95
Tabel 3.16 Perangkat Lunak (<i>Software</i>) <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Selalu Stabil Ketika Digunakan	96
Tabel 3.17 Tanggapan mengenai Spesifikasi <i>Smartphone</i> Android Xiaomi sesuai dengan Keterangan pada Kemasan	97
Tabel 3.18 Tanggapan mengenai <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Tidak Mudah Panas saat Digunakan	98
Tabel 3.19 Tanggapan mengenai Sumber Daya Energi/Baterai <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Tahan Lama	99
Tabel 3.20 Tanggapan mengenai Kerusakan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Dapat Diperbaiki Hampir di Semua Tempat Servis <i>Handphone</i>	100
Tabel 3.21 Tanggapan mengenai Desain <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Elegan Mengikuti Zaman.....	101
Tabel 3.22 Tanggapan mengenai Suara yang Dihasilkan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Jernih dan Keras.....	102
Tabel 3.23 Tanggapan mengenai Xiaomi Terbukti merupakan <i>Smartphone</i> Android yang Memiliki Kualitas Tinggi.....	103

Tabel 3.24 Ringkasan Rata-rata Jawaban Variabel Produk.....	104
Tabel 3.25 Tanggapan mengenai Harga <i>Smartphone</i> Android Xiaomi yang Terjangkau	105
Tabel 3.26 Tanggapan mengenai Harga <i>Smartphone</i> Android Xiaomi sebanding dengan Kualitas yang Ada	106
Tabel 3.27 Tanggapan mengenai Harga yang Ditawarkan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Bersaing dengan Produk Sekelasnya	107
Tabel 3.28 Tanggapan Mengenai Harga yang Ditawarkan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi sesuai dengan Manfaat yang Dirasakan	108
Tabel 3.29 Ringkasan Rata-rata Jawaban Variabel Harga.....	109
Tabel 3.30 Tanggapan mengenai Pesan Iklan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi pada Komunitas Mi Fans melalui Sosial Media Jelas	110
Tabel 3.31 Tanggapan mengenai Media Iklan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Beragam	111
Tabel 3.32 Tanggapan mengenai Besar/Ukuran Insentif yang Diberikan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Menarik (Berupa <i>Cashback</i>)	112
Tabel 3.33 Tanggapan mengenai Insentif yang Ditawarkan <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Bervariasi (<i>Cashback/Voucher</i>)	113
Tabel 3.34 Tanggapan mengenai Berita yang Tersebar mengenai <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Baik.....	114
Tabel 3.35 Tanggapan mengenai <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Mampu Memberikan Produk yang Berkualitas dan Harga Terjangkau	115

Tabel 3.36 Tanggapan mengenai Xiaomi mempunyai <i>Website</i> yang Memudahkan Pencarian Produk <i>Smartphone</i> Android.....	116
Tabel 3.37 Tanggapan mengenai Xiaomi mempunyai Internet <i>Shopping</i> yang Memudahkan dalam Berbelanja <i>Online</i>	117
Tabel 3.38 Ringkasan Rata-rata Jawaban Variabel Promosi	118
Tabel 3.39 Tanggapan mengenai Saya Lebih Tertarik Membeli <i>Smartphone</i> Android Xiaomi Karena Harga Terjangkau serta Memiliki Segala Keunggulan	119
Tabel 3.40 Tanggapan mengenai Saya Merasa Mantap/Yakin Membeli <i>Smartphone</i> Android Xiaomi	120
Tabel 3.41 Tanggapan mengenai Saya Membeli <i>Smartphone</i> Android Xiaomi karena sesuai dengan Kebutuhan	121
Tabel 3.42 Tanggapan mengenai Saya Membeli <i>Smartphone</i> Android Xiaomi karena Memiliki Nilai Manfaat yang Tinggi Dibandingkan Produk Sejenis	122
Tabel 3.43 Tanggapan mengenai Saya Membeli <i>Smartphone</i> Android karena Promosi yang Dilakukan Mampu Meyakinkan Saya.....	123
Tabel 3.44 Ringkasan Rata-rata Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	124
Tabel 3.45 <i>One Sample Kolmogrov Smirnov</i>	125
Tabel 3.46 Uji Multikolinearitas	127
Tabel 3.47 Uji Regresi Linier Berganda	128
Tabel 3.48 Rangkuman Hasil Uji F	130

Tabel 3.49 Ringkasan Uji T	131
Tabel 3.50 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bauran Pemasaran.....	17
Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen.....	34
Gambar 1.3 Proses Pengambilan Keputusan	40
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 1.5 Model Hipotesis	57
Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas.....	126