

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
HALAMAN ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
 BAB II : LANDASAN TEORI	
Landasan Teori.....	10
A. Pengertian Keputusan Pembelian	10
B. Proses Keputusan Pembelian	11
C. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	16
Faktor-faktor psikologis	20
a. Motivasi	20

b. Persepsi	24
c. Pembelajaran	26
d. Sikap	27
D. Hubungan Antar Variabel	30
E. Penelitian Terdahulu	31
F. Kerangka Pemikiran.....	33
G. Hipotesis	34

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Teknik Pengambilan Sampel	36
E. Jenis dan Sumber Data.....	37
F. Devinisi Operasional Variabel	37
G. Metode Pengumpulan Data	40
H. Uji Instrumen Penelitian	41
1. Uji validitas.....	42
2. Uji Realibilitas	44
I. Teknis Analisis Data	44
1. Analisis Regresi Linier Berganda	44
J. Uji Hipotesis	45
1. Uji F.....	45
2. Uji t	45
3. Uji Beda	46

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	48
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	51
C. Analisis Data	71
1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
2. Hasil Uji F	73
3. Hasil Uji t.....	74
D. Hasil Uji Beda	75
E. Pembahasan.....	76

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA.....	81
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Ten Smartphone Vendor Based On Market Share	3
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Penjabaran Variabel.....	37
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Reaponden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku.....	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden <i>Xiaomi</i> Variabel Motivasi	51
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Motivasi terhadap responden <i>Xiaomi</i>	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden <i>Xiaomi</i> Variabel Persepsi	53
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi terhadap responden <i>Xiaomi</i>	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden <i>Xiaomi</i> Variabel Pembelajaran.....	55
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel Pembelajaran terhadap responden <i>Xiaomi</i>	56
Tabel 4.10 Tanggapan Responden <i>Xiaomi</i> Variabel Sikap	57
Tabel 4.11 Hasil Deskripsi Variabel Sikap terhadap responden <i>Xiaomi</i>	58
Tabel 4.12 Tanggapan Responden <i>Xiaomi</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.13 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian terhadap responden <i>Xiaomi</i>	60
Tabel 4.14 Tanggapan Responden <i>Iphone</i> Variabel Motivasi.....	61
Tabel 4.15 Hasil Deskripsi Variabel Motivasi terhadap responden <i>Iphone</i>	62
Tabel 4.16 Tanggapan Responden <i>Iphone</i> Variabel Persepsi.....	63
Tabel 4.17 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi terhadap responden <i>Iphone</i>	64

Tabel 4.18 Tanggapan Responden <i>Iphone</i> Variabel Pembelajaran	65
Tabel 4.19 Hasil Deskripsi Variabel Pembelajaran terhadap responden <i>Iphone</i>	66
Tabel 4.20 Tanggapan Responden <i>Iphone</i> Variabel Sikap.....	67
Tabel 4.21 Hasil Deskripsi Variabel Sikap terhadap responden <i>Iphone</i>	68
Tabel 4.22 Tanggapan Responden <i>Iphone</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.23 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian terhadap responden <i>Iphone</i>	70
Tabel 4.24 Hasil Regresi Berganda	71
Tabel 4.25 Hasil Uji Beda.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	12
Gambar 2.2 Tiga komponen sikap	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	83
Lampiran II. Rekapitulasi Responden.....	95
Lampiran III Hasil Uji Validitas & Reliabiitas.....	100
Lampiran IV. Frekuensi Tabel deskriptif Variabel.....	107
Lampiran V. Hasil Regresi Linear Berganda.....	114
Lampiran VI Hasil Uji Beda	115

