

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KARYA TULIS	iii
HALAMAN ABSTRAKSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Latar Belakang	12
1. Kualitas Produk	12
2. Harga	15
3. Promosi	17
4. Keputusan Pembelian	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Obyek Penelitian	27
C. Populasi Dan Sampel	27
D. Metode Pengumpulan Data	29
E. Jenis Data	29
F. Definisi Operasional Variabel	29
1. Variabel Independen	30
2. Variabel Dependen	31
G. Skala Pengukur Variabel	32
H. Uji Instrumen	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	36
I. Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif	37
2. Analisis Kuantitatif	37

3. Pengujian Hipotesis	38
a. Uji F	38
b. Uji Koefisien Determinasi	39
c. Uji t	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Analisis Deskriptif	40
1. Karakteristik Responden.....	40
2. Analisis Deskriptif Variabel	42
B. Analisis Kuantitatif	45
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
2. Uji Model Regresi.....	45
3. Uji Koefisien Determinan.....	45
4. Uji F	47
5. Uji T.....	47
C. Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Xiaomi Tahun 2016.....	2
Tabel 1.2 Market Share Xiaomi Tahun 2017.....	3
Tabel 1.3 Perbandingan Harga Dan Kualitas Produk	7
Tabel 2.1 Tinjauan Peneliti Dahulu Dengan Sekarang	22
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	41
Tabel 4.4 Persepsi Responden Variabel Kualitas Produk.....	42
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel Harga Produk	43
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel Promosi Produk.....	43
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda	45

DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner

Lampiran II Rekapitulasi Data Penelitian 30 Responden

Lampiran III Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Lampiran IV Rekapitulasi Data Penelitian 100 Responden

Lampiran V Hasil