

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	12
1.3 Tujuan penelitian	12
1.4 Manfaat penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Landasan Teori	14
1.5.1 Tinjauan Teoritik	14
1.5.1.1 Pemasaran	14
1.5.1.2 Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	15
1.5.1.3 Harga	17
1.5.1.4 Produk	20
1.5.1.5 Atribut produk	21
1.5.1.6 Perilaku Konsumen	25
1.5.1.7 Minat beli	29
1.5.1.8 Keputusan Pembelian	32
1.5.2 Tinjauan Empirik	38
1.6 Hubungan antar Variabel	48
1.6.1 Hubungan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	48

1.6.2	Hubungan Atribut Produk terhadap Minat Beli.....	49
1.6.3	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	50
1.6.4	Hubungan Harga terhadap Minat Beli.....	51
1.6.5	Hubungan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	52
1.7	Kerangka berfikir.....	52
1.8	Hipotesis	55
1.9	Defenisi konsep dan Defenisi operasional	56
1.10	Metode Penelitian	57
1.10.1	Tipe Penelitian.....	57
1.10.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	57
1.10.3	Lokasi Penelitian	58
1.10.4	Sumber data.....	58
1.10.5	Populasi dan sampel.....	58
1.10.6	Teknik sampling.....	59
1.10.7	Teknik Pengumpulan data	60
1.10.8	Uji Instrumen Penelitian	60
a.	Uji Validitas.....	61
b.	Uji Reliabilitas.....	61
1.10.9	Teknik Analisis data	62
a.	Analisis Statistik Deskriptif.....	62
b.	Analisis Statistik Inferensial	62
c.	Analisis Jalur.....	64
d.	Uji Hipotesis	65
BAB II	67
GAMBARAN UMUM	67
2.1.	Sejarah singkat Berdirinya <i>Xiaomi</i>	67
2.2.	Slogan	69
2.3.	Produk <i>Xiaomi</i>	69
BAB III	77
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	77
3.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	77
3.1.1	Uji Validitas.....	77

3.1.2 Uji Reliabilitas	78
3.2 Karakteristik Responden	79
3.2.1. Usia Responden	79
3.2.2 Jenis Kelamin	80
3.2.3 Pendapatan Responden	81
3.3 Analisis Data	82
3.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	82
3.3.2 Analisis <i>Statistik Inferensial</i>	102
3.4 Pembahasan	114
BAB IV.....	119
PENUTUP.....	119
4.1 Kesimpulan	119
4.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Vendor Top Vendor Market Share Smartphone di Indonesia Market Share Smartphone di Indonesia.....	4
Tabel 1. 2 Jenis Produk Smartphone Xiaomi Berdasarkan Spesifikasi	6
Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Smartphone Xiaomi dengan Samsung	10
Tabel 1. 4 Ringkasan Tinjauan Empirik	42
Tabel 1. 5 Tabel definisi konseptual dan defenisi operasional	56
Tabel 1. 6 Instrumen Skala Likert.....	60
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	79
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 3. 5 Karakteristik Respon Berdasarkan Pendapatan	81
Tabel 3. 6 Pernyataan daya tahan produk Smatphone Xiaomi sesuai dengan yang ditawarkan	83
Tabel 3. 7 Tanggapan responden terhadap pertanyaan performa yang dimiliki Smartphone Xiaomi memuaskan.....	83
Tabel 3. 8 Tanggapan responden terhadap pernyataan Smartphone Xiaomi Memiliki fitur-fitur yang menarik	84
Tabel 3. 9 Tanggapan responden terhadap pernyataan Smartphone Xiaomi Memiliki fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.....	85
Tabel 3. 10 Tanggapan responden terhadap pernyataan Smartphone Xiaomi Memiliki design yang elegan.....	86
Tabel 3. 11 Tanggapan responden terhadap pernyataan Smartphone Xiaomi Memiliki ukuran yang nyaman digunakan	86
Tabel 3. 12 Tanggapan responden terhadap pertanyaan Smartphone memiliki pilihan warna yang lebih dari 8 warna.....	87
Tabel 3. 13 Ringkasan rata-rata deskriptif variabel Atribut Produk	88
Tabel 3. 14 Tanggapan responden terhadap pernyataan Smartphone Xiaomi Memiliki harga yang sangat terjangkau dibanding produk sejenis	89
Tabel 3. 15 Tanggapan responden terhadap pernyataan Harga Smartphone Xiaomi sesuai dengan kualitas produknya	90
Tabel 3. 16 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga Smartphone Xiaomi Sesuai dengan manfaat yang dirasakan	91
Tabel 3. 17 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga Smartphone Xiaomi lebih murah dibandingkan merek lain dengan kualitas yang sama	91
Tabel 3. 18 Ringkasan rata-rata deskriptif variabel Harga	92
Tabel 3. 19 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya berminat untuk membeli Smartphone Xiaomi	93
Tabel 3. 20 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya menyarankan orang lain untuk Smartphone Xiaomi	94

Tabel 3. 21 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya lebih tertarik pada Smartphone Xiaomi dibanding produk merek lain	95
Tabel 3. 22 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya mencari informasi Tentang Smartphone Xiaomi sebelum membelinya	96
Tabel 3. 23 Ringkasan rata-rata deskriptif variabel Minat Beli	97
Tabel 3. 24 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya tidak tertarik Menggunakan smartphone lainnya selain Smartphone Xiaomi.....	98
Tabel 3. 25 Tanggapan responden terhadap pernyataan Smartphone Xiaomi Sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi saya.....	98
Tabel 3. 26 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya menyarankan kepada Teman dan keluarga untuk membeli Smartphone Xiaomi.....	99
Tabel 3. 27 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya akan melakukan Pembelian Smartphone Xiaomi lagi.....	100
Tabel 3. 28 Ringkasan rata-rata deskriptif variabel Keputusan pembelian	101
Tabel 3. 29 Hasil Outer Loading Faktor	104
Tabel 3. 30 Hasil Cross Loading.....	105
Tabel 3. 31 Hasil uji <i>composite reliability</i>	106
Tabel 3. 32 Hasil uji R-square.....	107
Tabel 3. 33 Hasil Pengujian Hipotesis	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia dari Tahun 2013-2018..	2
Gambar 1. 2 <i>Top Six Smartphone</i> di Dunia versi <i>Trendforce</i> tahun 2013-2019....	3
Gambar 1. 3 Pertimbangan Mengenai Keputusan Pembelian.....	9
Gambar 1. 4 Perbandingan Harga Xiaomi Dengan Smartphone Lain.....	11
Gambar 1. 5 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 1. 6 Model Perilaku Konsumen.....	26
Gambar 1. 7 Model pembelian dan hasil	30
Gambar 1. 8 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	33
Gambar 1. 9 Kerangka Pemikiran penulis	53
Gambar 1. 10 Model Hipotesis	55
Gambar 1. 11 Model Diagram Jalur.....	65
Gambar 3. 1 Diagram Jalur di sertai Nilai Loading Faktor.....	103
Gambar 3. 2 Model PLS Bootstrapping	110