

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Perusahaan	2
1.1.2 Makna Logo Xiaomi	2
1.1.3 Produk Smartphone Xiaomi.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis	15
1.5.2 Kegunaan Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3 Produk	18
2.1.4 Atribut Produk.....	19
2.1.5 Dimensi Atribut Produk.....	20
2.1.6 Perilaku Konsumen	22
2.1.7 Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22

2.1.8	Keputusan Pembelian.....	23
2.1.9	Dimensi Keputusan Pembelian	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.3.1	Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.4	Hipotesis Penelitian	44
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	44
2.5.1	Variabel Penelitian	44
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian	44
2.5.3	Waktu dan Periode Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	45
3.2.1	Operasional Variabel.....	45
3.2.2	Skala Pengukuran.....	48
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4	Populasi dan Sampel	50
3.4.1	Populasi.....	50
3.4.2	Sampel.....	50
3.4.3	Teknik Sampling	51
3.5	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1	Sumber Data.....	52
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6	Teknik Pengolahan Data	53
3.6.1	Uji Validitas	53
3.6.2	Uji Reabilitas.....	56
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.7.1	Analisis Deskriptif	57
3.7.2	<i>Method Succesive Interval (MSI)</i>	59
3.7.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	60
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Analisis Deskriptif	66
4.2.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	95
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	95
4.2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	98
4.2.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	99
4.2.6 Koefisien Determinasi.....	101
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk (X).....	102
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	108
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	108
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	115