

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	
Halaman Sampul Dalam	
Halaman Persetujuan	i
Lembar Pengesahan	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
<i>Abstract</i>	xix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5

C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	10
B. Strategi Harga.....	11
C. Promosi	20
D. Kualitas Produk.....	26
E. Keputusan Pembelian.....	30
F. Hubungan Strategi Harga terhadap Keputusan Pembelian	33
G. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	34
H. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	34
I. Penelitian Terdahulu	35
J. Kerangka Konseptual	39
K. Hipotesis Penelitian.....	44

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
1. Pendekatan Penelitian.....	46
2. Jenis Penelitian	46
B. Definisi Konsep dan Operasional	47

C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian.....	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel dan Sampling Penelitian.....	51
D. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	53
1. Sumber Data	53
2. Variabel Penelitian.....	53
3. Skala Pengukuran	54
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	55
1. Teknik Pengumpulan Data	55
2. Instrumen Penelitian	56
F. Teknik Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas	58
3. Uji Asumsi Klasik	58
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
5. Uji Hipotesis	62
6. Analisis Koefisien Determinasi	63

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
1. Xiaomi.....	66
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	66
B. Profil Responden.....	70
C. Karakteristik Responden	71

D. Deskripsi Variabel.....	75
E. Analisis Data	114
F. Pengujian Hipotesis.....	114
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	114
G. Uji Asumsi Klasik.....	117
1. Uji Normalitas	117
2. Uji Multikolinieritas.....	118
3. Uji Heteroskedastisitas	119
H. Uji Regresi Linier Berganda	120
I. Uji Hipotesis	122
1. Uji t	122
2. Uji F	125
3. Koefisien Determinasi.....	127

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Strategi Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	129
B. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	130
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	131

D. Pengaruh Strategi Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.	133
---	-----

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	135
B. Saran.....	136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN