

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Xiaomi

Xiaomi adalah perusahaan elektronik swasta milik pribadi dari Tiongkok yang berkantor pusat di Beijing yang berdedikasi untuk menciptakan pengalaman pengguna dari segala aspek. Didirikan pada tahun 2010, perusahaan ini dengan cepat telah menjadi salah satu perusahaan teknologi terkemuka di Tiongkok. Xiaomi merupakan distributor telepon cerdas, aplikasi seluler, dan elektronik konsumen. Sejak merilis telepon cerdas pertamanya di bulan Agustus 2011, Xiaomi telah memperoleh pangsa pasar di Tiongkok daratan. Pendiri serta CEO Xiaomi adalah Lei Jun, yang merupakan orang terkaya ke 23 di Tiongkok menurut Forbes. Perusahaan ini kini bernilai 10 miliar USD dan memiliki 5000 karyawan, yang berasal dari Tiongkok, Malaysia, Singapura, India, Filipina dan Indonesia. Menurut IDC, Xiaomi saat ini merupakan produsen telepon cerdas terbesar ketiga di dunia diikuti oleh Lenovo dan LG yang masing-masing berada urutan keempat dan kelima.

Xiaomi didirikan oleh delapan mitra pada tanggal 6 Juni 2010. Pada tahap pendanaan investor institusi, termasuk Temasek Holdings, perusahaan investasi milik pemerintah Singapura, perusahaan pendanaan

modal dari China IDG Modal dan Qiming Venture Partners serta perusahaan pengembang processos Qualcomm. Pada tanggal 16 Agustus 2010, Xiaomi resmi meluncurkan *firmware* berbasis android pertamanya, yaitu MIUI. Telepon cerdasTelepon cerdas pertama diumumkan pada Agustus 2011 bernama MI 1. MI 1 menggunakan *firmware* MIUI berbasis android yang menyerupai Touchwiz dari Samsung IOS dari Apple.¹

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri pada tahun 2013 bertepatan dengan alih statusnya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Hingga tahun 2018 ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mempunyai 6 jurusan atau prodi, yaitu:

- 1) Perbankan Syariah (PS)
- 2) Ekonomi Syariah (ES)
- 3) Akuntansi Syariah (AKS)
- 4) Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)
- 5) Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
- 6) Manajemen Keuangan Syariah (MKS)

¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Xiaomi> diakses pada tanggal 13 Maret 2019, Pukul 05.44 WIB

a. Visi dan misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Visi

Terwujudnya fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2019.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik.
- b) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.
- c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- d) Menggali, mengembangkan dan menerapkan aspek-aspek ekonomi kreatif masyarakat.
- e) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara profesional dan bermutu.
- f) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional maupun internasional yang mengarah pada penguatas sumber.

b. Tujuan Fakultas

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomu dan bisnis Islam yang jujur, adil, berjiwa enterpreneurship yang mampu menganaliis

- perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi masyarakat.
 - 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan dan pemberdayaan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat.
 - 4) Menggali potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang dapat membuka pangsa pasar.
 - 5) Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang terkordinasi melalui struktur organisasi yang jelas dan hirarkis yang masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya serta bertanggungjawab.
 - 6) Mengembangkan kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah atau swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional melalui program magang, praktik pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/ kuliah tamu, dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

c. Struktur organisasi dan pimpinan fakultas

- 1) Dekan
- 2) Wakil dekan bidang akademik
- 3) Wakil dekan bidang administrasi umum dan perencanaan dan keuangan
- 4) Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan alumni
- 5) Ketua jurusan perbankan syariah
- 6) Ketua jurusan ekonomi syariah
- 7) Ketua jurusan akuntansi syariah
- 8) Ketua jurusan manajemen zakat dan wakaf
- 9) Ketua jurusan manajemen bisnis syariah
- 10) Ketua jurusan manajemen keuangan syariah
- 11) Sekretaris jurusan perbankan syariah
- 12) Sekretaris jurusan ekonomi syariah
- 13) Sekretaris jurusan akuntansi syariah
- 14) Sekretaris jurusan manajemen zakat dan wakaf
- 15) Sekretaris jurusan manajemen bisnis syariah
- 16) Sekretaris jurusan manajemen keuangan syariah
- 17) Kepala laboratorium
- 18) Kepala bagian tata usaha
- 19) Kepala sub bagian akademik dan kemahasiswaan dan alumni
- 20) Kepala sub bagian administrasi umum dan keuangan

Tabel 4.1**Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

| Jabatan | Nama |
|---|---|
| Dekan | Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag |
| Wakil dekan bidang akademik | Dr. H. Mashudi, M.Pd. I |
| Wakil dekan bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan | Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM |
| Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan alumni | Dr, Sutopo, M.Pd |
| Ketua jurusan perbankan syariah | Muhammad Aqim Adlan S.Ag., S.Pd., M.E.I |
| Ketua jurusan ekonomi syariah | Muhammad Aswad, S.Ag., MA |
| Ketua jurusan akuntansi syariah | Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| Ketua jurusan manajemen bisnis syariah | Nur Aziz Muslim, M.H.I |
| Ketua jurusan manajemen keuangan syariah | Hj. Amalia Nuril Hidayati |
| Ketua jurusan manajemen zakat dan wakaf | Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A |
| Sekretaris jurusan perbankan syariah | Refki Rusyadi |
| Sekretaris jurusan ekonomi syariah | Suminto, M.Pd.I |
| Sekretaris jurusan akuntansi syariah | Dedi Suselo, MM |
| Sekretaris jurusan manajemen bisnis syariah | Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I |
| Sekretaris jurusan manajemen keuangan syariah | Moh. Rois Abin |
| Sekretaris jurusan manajemen zakat dan wakaf | Ahmad Budiman |
| Kasubbag administrasi dan keuangan | Apriliyah, S.Kom |
| Kasubbag akademik kemahasiswaan dan alumni | Drs. H. Miftahul Huda |
| Kepala laboratorium | Siswahyudianto, S.Pd.I, M.M |
| Laboran | Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.E |
| Staf | Moch. Turmudi |
| Staf | Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, S.E |
| Staf | Azizul Hanifah Hadi, S. Kom |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang

menggunakan *smartphone* Xiaomi. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 mahasiswa dengan teknik *purposive sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan *skala likert*.

C. Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia, uang saku perhari, jurusan dan semester.

1. Jenis kelamin responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis kelamin responden

| No | Jenis kelamin | Jumlah | Prosentase |
|----|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-laki | 22 | 29,3 % |
| 2 | Perempuan | 53 | 70,4 % |
| | Total | 75 | 100 % |

Sumber : Pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden sebanyak 75 mahasiswa yaitu 29,3 % laki-laki dan 70,4 % perempuan. Hal ini menunjukkan bahwanya *smartphone* Xiaomi digunakan oleh perempuan.

2. Usia responden

Adapun data mengenai usia responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Usia Responden

| No | Jenis kelamin | Jumlah | Prosentase |
|-----------|----------------------|---------------|-------------------|
| 1 | < 17 Tahun | 0 | 0 % |
| 2 | 17 – 20 Tahun | 37 | 49,3 % |
| 3 | 21 – 23 Tahun | 38 | 50,7 % |
| 4 | > 23 Tahun | 0 | 0 % |
| | Total | 75 | 100 % |

Sumber: hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa usia responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah tidak ada mahasiswa atau 0% responden yang berusia dibawah 17 tahun. Kemudian sebanyak 37 mahasiswa atau 49,3% responden yang berusia antara 17-20 tahun. Sedangkan sebanyak 38 mahasiswa atau 50,7% responden berusia 21-23 tahun dan tidak ada mahasiswa atau 0% responden yang berusia lebih dari 23 tahun. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan usia responden mahasiswa terbanyak adalah yang berusia antara 21-23 tahun, yaitu sebesar 38 mahasiswa atau 50,7%.

3. Uang saku responden

Dibagian ini akan dijelaskan data mengenai jumlah uang saku per bulan mahasiswa yang dijadikan responden. Adapun data tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4**Uang Saku Responden**

| No | Uang Saku (Per- bulan) | Jumlah | Prosentase |
|----|-------------------------|--------|------------|
| 1 | < 500.000 | 20 | 26,7% |
| 2 | 500.000 – 1.000.000 | 46 | 61,3 % |
| 3 | 1.000.0001 – 1500.000 | 8 | 10,7 % |
| 4 | > 1.500.000 | 1 | 1,3 % |
| | Total | 75 | 100 % |

Sumber: Data pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sebanyak 20 mahasiswa atau 26,7% responden mendapatkan uang saku kurang dari 500.000 per bulan. Selanjutnya sebanyak 46 mahasiswa atau 61,3% responden dengan uang saku antara 500.000 – 1.000.000 per bulan. Kemudian sebanyak 8 mahasiswa atau 10,7% responden dengan uang saku 1.000.001 – 1.500.000 perbulan dan 1 mahasiswa atau 1,3% responden dengan uang saku lebih dari 1.500.000 perbulan. Berdasarkan interpretasi tersebut dapat disimpulkan bahwa uang saku perbulan responden yang paling banyak adalah antara 500.000 – 1.000.000.

4. Jurusan responden

Adapun data mengenai jurusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Jurusan Responden

| No | Jurusan | Jumlah | Prosentase |
|----|----------------------------|--------|------------|
| 1 | Perbankan Syariah | 26 | 34,6% |
| 2 | Ekonomi Syariah | 24 | 32% |
| 3 | Akuntansi Syariah | 8 | 10,7% |
| 4 | Manajemen Zakat dan Wakaf | 6 | 8 |
| 5 | Manajemen Bisnis Syariah | 5 | 6,7% |
| 6 | Manajemen Keuangan Syariah | 6 | 8 |
| | Total | 75 | 100 % |

Sumber: Pengolahan data primer, 2019

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa mahasiswa perbankan syariah yang dijadikan responden sebanyak 26 mahasiswa atau 34,6 responden. Selanjutnya 24 mahasiswa atau 32% responden dari jurusan ekonomi syariah. Kemudian 8 mahasiswa atau 10,7% responden dari jurusan akuntansi syariah. Selanjutnya 6 mahasiswa atau 8% responden dari jurusan manajemen zakat dan wakaf, 5 mahasiswa atau 6,7% responden jurusan manajemen bisnis syariah dan 6 mahasiswa atau 8% responden dari jurusan manajemen keuangan syariah. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa responden mahasiswa perbankan syariah yang paling banyak menggunakan *smartphone* Xiaomi yaitu 26 mahasiswa atau 34,6% responden.

5. Semester responden

Adapun data mengenai semester mahasiswa yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Semester Responden

| No | Semester | Jumlah | Prosentase |
|----|----------|--------|------------|
| 1 | 2 | 13 | 17,3% |
| 2 | 4 | 11 | 14,7% |
| 3 | 6 | 25 | 33,3% |
| 4 | 8 | 26 | 34,7% |
| | Total | 75 | 100 % |

Sumber: Pengolahan hasil data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa mahasiswa yang dijadikan responden adalah 13 mahasiswa atau 17,3% responden adalah mahasiswa semester 2. Kemudian sebanyak 11 mahasiswa atau 14,7% adalah mahasiswa semester 4. Selanjutnya 25 mahasiswa atau 33,3% mahasiswa semester 6 dan untuk mahasiswa semester 8 sebanyak 26 mahasiswa atau 34,7% responden.

D. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari strategi harga, promosi dan kualitas produk sebagai variabel bebas, kemudian keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Data-data mengenai variabel-variabel tersebut didapat melalui angket yang telah disebarakan kepada responden melalui google form. Angket yang disebarakan kepada responden terdiri atas beberapa pernyataan dan diukur menggunakan skala likert

1. Deskripsi variabel X1 (Strategi harga)

a. Harga *smartphone* Xiaomi tergolong murah

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel X1.1

| X1.1 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 3,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 12,0 |
| | 4,00 | 53 | 70,7 | 70,7 | 82,7 |
| | 5,00 | 13 | 17,3 | 17,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.8

Deskriptif Statistik Variabel X1.1

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.1 | 75 | 2,00 | 5,00 | 4,0400 | ,57984 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 17,3%, setuju 70,7%, netral 8% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 4,04 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- b. Harga *smartphone* Xiaomi sesuai dengan kualitas produk

Tabel 4.9

Deskripsi Variabel X1.2

| X1.2 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 8,0 |
| | 4,00 | 60 | 80,0 | 80,0 | 88,0 |
| | 5,00 | 9 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.10

Deskriptif Statistik Variabel X1.2

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.2 | 75 | 3,00 | 5,00 | 4,0400 | ,44842 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 80%, netral 8% dan tidak setuju 8%. Skor rata-rata jawaban responden 4,04 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

c. Harga *smartphone* Xiaomi bervariasi

Tabel 4.11

Deskripsi Variabel X1.3

| X1.3 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 3,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 9,3 |
| | 4,00 | 60 | 80,0 | 80,0 | 89,3 |
| | 5,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.12

Deskriptif Statistik Variabel X1.3

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.3 | 75 | 2,00 | 5,00 | 4,0000 | ,49320 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 80%, netral 8% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 4, cenderung setuju.

- d. Perubahan harga tidak mempengaruhi untuk berpindah ke *smartphone* lainnya

Tabel 4.13

Deskripsi Variabel X1.4

| X1.4 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 5 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | 3,00 | 27 | 36,0 | 36,0 | 42,7 |
| | 4,00 | 37 | 49,3 | 49,3 | 92,0 |
| | 5,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.14

Deskriptif Statistik Variabel X1.4

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.4 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,5867 | ,73693 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 49,3%, netral 36% dan tidak setuju 6,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,58 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- e. Harga *smartphone* Xiaomi selalu naik namun diimbangi dengan kualitas produk yang selalu meningkat

Tabel 4.15

Deskripsi Variabel X1.5

| X1.5 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 2,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 10,7 |
| | 3,00 | 28 | 37,3 | 37,3 | 48,0 |
| | 4,00 | 35 | 46,7 | 46,7 | 94,7 |
| | 5,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.16

Deskriptif Statistik Variabel X1.5

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.5 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,4533 | ,79344 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%, setuju 46,7%, netral 37,3% , tidak setuju 9,3% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,45 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- f. Harga *smartphone* Xiaomi bersaing dengan produk *smartphone* yang lain

Tabel 4.17

Deskripsi Variabel X1.6

| X1.6 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 3,00 | 12 | 16,0 | 16,0 | 17,3 |
| | 4,00 | 55 | 73,3 | 73,3 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.18

Diskriptif Statistik Variabel X1.6

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.6 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9067 | ,54953 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 73,3%, netral 16% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,9 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- g. Harga *smartphone* Xiaomi dengan kualitas yang sama lebih rendah dari produk *smartphone* lainnya

Tabel 4.19

Deskripsi Variabel X1.7

| X1.7 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 8,0 |
| | 3,00 | 28 | 37,3 | 37,3 | 45,3 |
| | 4,00 | 34 | 45,3 | 45,3 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.20

Deskriptif Statistik X1.7

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.7 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,5600 | ,77529 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 45,3%, netral 37,3% dan tidak setuju 8%. Skor rata-rata jawaban responden 3,56 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- h. Harga yang ditawarkan *smartphone* Xiaomi lebih tinggi daripada produk *smartphone* lainnya

Tabel 4.21

Deskripsi Variabel X1.8

| X1.8 | | | | | |
|------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Val | 1,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| id | 2,00 | 29 | 38,7 | 38,7 | 44,0 |
| | 3,00 | 24 | 32,0 | 32,0 | 76,0 |
| | 4,00 | 17 | 22,7 | 22,7 | 98,7 |
| | 5,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.22

Deskriptif Statistik Variabel X1.8

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1.8 | 75 | 1,00 | 5,00 | 2,7600 | ,91297 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 1,3%, setuju 22,7%, netral 32,0%, tidak setuju 38,7% dan sangat tidak setuju 5,3%. Skor rata-rata jawaban responden 2,76 (dibulatkan 3), cenderung netral.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.23

Rangkuman Tabel Frekuensi

Strategi Harga (X_1)

| Indikator | SS | S | N | TS | STS | Jumlah |
|------------------|----|----|----|----|-----|--------|
| X _{1.1} | 13 | 53 | 8 | 1 | 0 | 75 |
| X _{1.2} | 9 | 60 | 6 | 0 | 0 | 75 |
| X _{1.3} | 8 | 60 | 6 | 1 | 0 | 75 |
| X _{1.4} | 6 | 37 | 27 | 5 | 0 | 75 |
| X _{1.5} | 4 | 35 | 28 | 7 | 1 | 75 |
| X _{1.6} | 7 | 55 | 12 | 1 | 0 | 75 |
| X _{1.7} | 7 | 34 | 28 | 6 | 0 | 75 |
| X _{1.8} | 1 | 17 | 24 | 29 | 4 | 75 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X_{1.1} sebesar 13 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X_{1.2} dan X_{1.3} sebanyak 60 responden, pendapat netral terdapat pada indikator X_{1.5} dan X_{1.7} sebesar 28 responden, pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{1.8} yaitu 29 responden dan pendapat sangat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{1.8} sebanyak 4 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{1.2} dan X_{1.3} yaitu harga *smartphone* Xiaomi sesuai dengan kualitas produk dan harga *smartphone* Xiaomi bervariasi.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.24

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Strategi Harga (X₁)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| X _{1.1} | 75 | 2,00 | 5,00 | 4,0400 | ,57984 |
| X _{1.2} | 75 | 3,00 | 5,00 | 4,0400 | ,44842 |
| X _{1.3} | 75 | 2,00 | 5,00 | 4,000 | ,49320 |
| X _{1.4} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,5867 | ,73693 |
| X _{1.5} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,4533 | ,79344 |
| X _{1.6} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9067 | ,54953 |
| X _{1.7} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,5600 | ,77529 |
| X _{1.8} | 75 | 1,00 | 5,00 | 2,7600 | ,91297 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

2. Deskripsi variabel X2 (promosi)

- a. Mendapat informasi mengenai *smartphone* Xiaomi dari media cetak (surat kabar, majalah, tabloid)

Tabel 4.25

Deskripsi Variabel X2.1

| X2.1 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 2,00 | 20 | 26,7 | 26,7 | 28,0 |
| | 3,00 | 18 | 24,0 | 24,0 | 52,0 |
| | 4,00 | 29 | 38,7 | 38,7 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.26

Deskriptif Statistik Variabel X2.1

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.1 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,2800 | 1,00754 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 38,7%, netral 24%, tidak setuju 26,7% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,28 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- b. Mendapatkan informasi mengenai *smartphone* Xiaomi melalui media elektronik (televisi, internet)

Tabel 4.27

Deskripsi Variabel X2.2

| X2.2 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 2,00 | 2 | 2,7 | 2,7 | 4,0 |
| | 3,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 13,3 |
| | 4,00 | 53 | 70,7 | 70,7 | 84,0 |
| | 5,00 | 12 | 16,0 | 16,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.28

Deskriptif Statistik X2.2

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.2 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,9733 | ,69697 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 16%, setuju 70,7%, netral 9,3%, tidak setuju 2,7% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,97 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- c. Mendapatkan hadiah ketika membeli *smartphone* Xiaomi

Tabel 4.29

Deskripsi Variabel X2.3

| X2.3 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | 2,00 | 31 | 41,3 | 41,3 | 46,7 |
| | 3,00 | 22 | 29,3 | 29,3 | 76,0 |
| | 4,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.30**Deskriptif Statistik Variabel X2.3**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.3 | 75 | 1,00 | 5,00 | 2,8133 | 1,06153 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 14,7%, netral 29,3%, tidak setuju 41,3% dan sangat tidak setuju 5,3%. Skor rata-rata jawaban responden 2,81 (dibulatkan 3), cenderung netral

- d. Xiaomi melakukan promosi dengan melakukan pendekatan langsung dengan konsumen

Tabel 4.31**Deskripsi Variabel X2.4**

| X2.4 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 2 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| | 2,00 | 9 | 12,0 | 12,0 | 14,7 |
| | 3,00 | 34 | 45,3 | 45,3 | 60,0 |
| | 4,00 | 23 | 30,7 | 30,7 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.32

Deskriptif Statistik Variabel X2.4

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.4 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,3200 | ,90285 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 30,7%, netral 45,3%, tidak setuju 12% dan sangat tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,32 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- e. Xiaomi melakukan promosi dengan menggunakan brosur atau selebaran.

Tabel 4.33

Deskripsi Variabel X2.5

| X2.5 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 2,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 16,0 |
| | 3,00 | 31 | 41,3 | 41,3 | 57,3 |
| | 4,00 | 26 | 34,7 | 34,7 | 92,0 |
| | 5,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.34

Deskriptif Statistik Variabel X2.5

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.5 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,3333 | ,87508 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 34,7%, netral 41,3%, tidak setuju 14,7% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,33 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- f. Xiaomi melakukan promosi melalui media sosial (instagram, facebook, twitter, dan lain-lain)

Tabel 4.35

Deskripsi Variabel X2.6

| X2.6 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 2 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| | 3,00 | 15 | 20,0 | 20,0 | 22,7 |
| | 4,00 | 47 | 62,7 | 62,7 | 85,3 |
| | 5,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.36

Deskriptif Statistik Variabel X2.6

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.6 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,8933 | ,66927 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 14,7%, setuju 62,7%, netral 20% dan tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,89 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- g. Promosi dilakukan secara langsung kepada konsumen sehingga benar-benar mengetahui produk *smartphone* Xiaomi

Tabel 4.37

Deskripsi Variabel X2.7

| X2.7 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 2,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 10,7 |
| | 3,00 | 33 | 44,0 | 44,0 | 54,7 |
| | 4,00 | 27 | 36,0 | 36,0 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.38**Deskriptif Statistik Variabel X2.7**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.7 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,4267 | ,84106 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 34,7%, netral 41,3%, tidak setuju 14,7% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,33 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- h. Xiaomi melakukan promosi pada acara-acara tertentu sehingga dapat berinteraksi langsung dengan konsumen.

Tabel 4.39**Deskripsi Variabel X2.8**

| X2.8 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 9,3 |
| | 3,00 | 36 | 48,0 | 48,0 | 57,3 |
| | 4,00 | 23 | 30,7 | 30,7 | 88,0 |
| | 5,00 | 9 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.40**Deskriptif Statistik X2.8**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.8 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,4533 | ,82680 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 12%, setuju 30,7%, netral 48% dan tidak setuju 9,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,45 (dibulatkan 3), cenderung netral.

- i. Xiaomi melakukan penjualan langsung kepada konsumen berdasarkan pesanan/order

Tabel 4.41**Deskripsi Variabel X2.9**

| X2.9 | | | | | |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|-------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Val id | 1,00 | 2 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| | 2,00 | 12 | 16,0 | 16,0 | 18,7 |
| | 3,00 | 30 | 40,0 | 40,0 | 58,7 |
| | 4,00 | 24 | 32,0 | 32,0 | 90,7 |
| | 5,00 | 7 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.42**Deskriptif Statistik Variabel X2.9**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X2.9 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,2933 | ,94115 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 32%, netral 40% dan tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,29 (dibulatkan 3), cenderung netral.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.43**Rangkuman Tabel Frekuensi****Promosi (X₂)**

| Indikator | SS | S | N | TS | STS | Jumlah |
|------------------|----|----|----|----|-----|--------|
| X _{2.1} | 7 | 29 | 18 | 20 | 1 | 75 |
| X _{2.2} | 12 | 53 | 7 | 2 | 1 | 75 |
| X _{2.3} | 7 | 11 | 22 | 31 | 4 | 75 |
| X _{2.4} | 7 | 23 | 34 | 9 | 2 | 75 |
| X _{2.5} | 6 | 26 | 31 | 11 | 1 | 75 |
| X _{2.6} | 11 | 47 | 15 | 2 | 0 | 75 |
| X _{2.7} | 7 | 27 | 33 | 7 | 1 | 75 |
| X _{2.8} | 9 | 23 | 36 | 7 | 0 | 75 |
| X _{2.9} | 7 | 24 | 30 | 12 | 2 | 75 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X_{2.2} sebesar 12 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X_{2.2} sebanyak 53 responden, pendapat netral terdapat pada indikator X_{2.8} sebesar 36 responden, pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{2.3} yaitu 31 responden dan pendapat sangat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{2.3} sebanyak 4 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{2.2} yaitu mendapatkan informasi mengenai *smartphone* Xiaomi melalui media elektronik (televisi, internet).

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.44

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Promosi (X₂)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| X _{2.1} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,2800 | 1,00754 |
| X _{2.2} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,9733 | ,69697 |
| X _{2.3} | 75 | 1,00 | 5,00 | 2,8133 | 1,06153 |
| X _{2.4} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,3200 | ,90285 |
| X _{2.5} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,3333 | ,87508 |
| X _{2.6} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,8933 | ,66927 |
| X _{2.7} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,4267 | ,84106 |
| X _{2.8} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,4533 | ,82680 |

| | | | | | |
|------------------|----|------|------|--------|--------|
| X _{2,9} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,2933 | ,94115 |
|------------------|----|------|------|--------|--------|

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

3. Deskripsi variabel X3 (kualitas produk)

a. *Smartphone* Xiaomi mempunyai kinerja yang baik

Tabel 4.45

Deskripsi Variabel X3.1

| X3.1 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 8,0 |
| | 4,00 | 59 | 78,7 | 78,7 | 86,7 |
| | 5,00 | 10 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.46

Deskriptif Statistik Variabel X3.1

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.1 | 75 | 3,00 | 5,00 | 4,0533 | ,46188 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13.3%, setuju 78,7% dan netral 8%. Skor rata-rata jawaban responden 4,05 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- b. *Smartphone* Xiaomi lebih mudah digunakan daripada *smartphone* lainnya.

Tabel 4.47

Deskripsi Variabel X3.2

| X3.2 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 3,00 | 17 | 22,7 | 22,7 | 24,0 |
| | 4,00 | 47 | 62,7 | 62,7 | 86,7 |
| | 5,00 | 10 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.48

Deskriptif Statistik Variabel X3.2

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.2 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,8800 | ,63587 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 62,7%, netral 22,7% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,88 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

c. *Smartphone* Xiaomi irit batrei

Tabel 4.49

Deskripsi Variabel X3.3

| X3.3 | | | | | |
|------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Val | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| id | 3,00 | 20 | 26,7 | 26,7 | 28,0 |
| | 4,00 | 39 | 52,0 | 52,0 | 80,0 |
| | 5,00 | 15 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.50

Deskriptif Statistik Variabel X3.3

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.3 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9067 | ,71986 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 20%, setuju 52%, netral 26,7% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,9 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- d. *Smartphone* Xiaomi dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama

Tabel 4.51

Deskripsi Variabel X3.4

| X3.4 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 3,00 | 23 | 30,7 | 30,7 | 32,0 |
| | 4,00 | 40 | 53,3 | 53,3 | 85,3 |
| | 5,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.52

Deskriptif Statistik Variabel X3.4

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.4 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,8133 | ,69152 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 14,7%, setuju 53,3%, netral 30,7% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,81 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- e. *Smartphone* Xiaomi mempunyai fitur kamera yang tajam

Tabel 4.53

Deskripsi Variabel X3.5

| X3.5 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | 3,00 | 20 | 26,7 | 26,7 | 32,0 |
| | 4,00 | 40 | 53,3 | 53,3 | 85,3 |
| | 5,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.54

Deskriptif Statistik Variabel X3.5

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.5 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,7733 | ,76359 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 14,7%, setuju 53,3%, netral 26,7% dan tidak setuju 5,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,77 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- f. *Smartphone* Xiaomi lebih awet daripada *smartphone* lainnya

Tabel 4.55

Deskripsi Variabel X.3.6

| X3.6 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3,00 | 40 | 53,3 | 53,3 | 53,3 |
| | 4,00 | 29 | 38,7 | 38,7 | 92,0 |
| | 5,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.56

Deskriptif Statistik Variabel X3.6

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.6 | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,5467 | ,64291 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 38,7%, dan netral 53,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,54 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

g. *Smartphone* Xiaomi tahan jatuh

Tabel 4.57

Deskripsi Variabel 3.7

| X3.7 | | | | | |
|-------------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 2 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| | 3,00 | 30 | 40,0 | 40,0 | 42,7 |
| | 4,00 | 38 | 50,7 | 50,7 | 93,3 |
| | 5,00 | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.58

Deskriptif Statistik Variabel 3.7

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.7 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,6133 | ,65540 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%, setuju 50,7%, netral 40% dan tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,61 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- h. *Smartphone* Xiaomi mempunyai layar yang tidak mudah pecah

Tabel 4.59

Deskripsi Variabel 3.8

| X3.8 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 5 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | 3,00 | 25 | 33,3 | 33,3 | 40,0 |
| | 4,00 | 42 | 56,0 | 56,0 | 96,0 |
| | 5,00 | 3 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.60

Deskriptif Statistik Variabel 3.8

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.8 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,5733 | ,68128 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 4%, setuju 56%, netral 33,3% dan tidak setuju 6,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,57 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- i. *Smartphone* Xiaomi konsisten terhadap kualitas produk yang dimiliki

Tabel 4.61

Deskripsi Variabel X3.9

| X3.9 | | | | | |
|-------------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3,00 | 23 | 30,7 | 30,7 | 30,7 |
| | 4,00 | 48 | 64,0 | 64,0 | 94,7 |
| | 5,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| Total | | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.62

Deskriptif Statistik Variabel X3.9

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.9 | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,7467 | ,54756 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%, setuju 64% dan netral 30,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,74 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- j. Desain produk *smartphone* Xiaomi menarik konsumen untuk membeli produk

Tabel 4.63

Deskripsi Variabel X3.10

| X3.10 | | | | | |
|--------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3,00 | 15 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| | 4,00 | 54 | 72,0 | 72,0 | 92,0 |
| | 5,00 | 6 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.64

Deskriptif Statistik Variabel X3.10

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X3.10 | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,8800 | ,51883 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 72% dan netral 20%. Skor rata-rata jawaban responden 3,88 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.65

Rangkuman Tabel Frekuensi

Kualitas Produk (X₃)

| Indikator | SS | S | N | TS | STS | Jumlah |
|-------------------|----|----|----|----|-----|--------|
| X _{3.1} | 10 | 59 | 6 | 0 | 0 | 75 |
| X _{3.2} | 10 | 47 | 17 | 1 | 0 | 75 |
| X _{3.3} | 15 | 39 | 20 | 1 | 0 | 75 |
| X _{3.4} | 11 | 40 | 23 | 1 | 0 | 75 |
| X _{3.5} | 11 | 40 | 20 | 4 | 0 | 75 |
| X _{3.6} | 6 | 29 | 40 | 0 | 0 | 75 |
| X _{3.7} | 5 | 38 | 30 | 2 | 0 | 75 |
| X _{3.8} | 3 | 42 | 25 | 5 | 0 | 75 |
| X _{3.9} | 4 | 28 | 3 | 0 | 0 | 75 |
| X _{3.10} | 6 | 54 | 15 | 0 | 0 | 75 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X_{3.3} sebesar 15 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X_{3.1} sebanyak 59 responden, pendapat netral terdapat pada indikator X_{3.6} sebesar 40 responden, dan pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator X_{3.8} yaitu 5 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{3.1} yaitu *smartphone* Xiaomi mempunyai kinerja yang baik.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.66

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Kualitas Produk (X₃)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| X _{3.1} | 75 | 3,00 | 5,00 | 4,0533 | ,46188 |
| X _{3.2} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,8800 | ,63587 |
| X _{3.3} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9067 | ,71986 |
| X _{3.4} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,8133 | ,69152 |
| X _{3.5} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,7733 | ,76359 |
| X _{3.6} | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,5467 | ,64291 |
| X _{3.7} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,6133 | ,65540 |
| X _{3.8} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,5733 | ,68128 |
| X _{3.9} | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,7467 | ,54756 |
| X _{3.10} | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,8800 | ,51883 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

3. Deskripsi variabel Y (Keputusan pembelian)

- a. *Smartphone* Xiaomi menyediakan kebutuhan sesuai dengan aktivitas sehari-hari

Tabel 4.67

Deskripsi Variabel Y1

| | | Y1 | | | |
|-------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 3,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 16,0 |
| | 4,00 | 55 | 73,3 | 73,3 | 89,3 |
| | 5,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| | Tota | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.68

Deskriptif Statistik Variabel Y1

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Y1 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9333 | ,55345 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 73,3%, netral 14,7% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,93 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- b. *Smartphone* Xiaomi sesuai dengan keinginan konsumen

Tabel 4.69

Deskripsi Variabel Y2

| Y2 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3,00 | 16 | 21,3 | 21,3 | 21,3 |
| | 4,00 | 51 | 68,0 | 68,0 | 89,3 |
| | 5,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| | Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.70**Deskriptif Statistik Variabel Y2**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Y2 | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,8933 | ,55928 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 68% dan netral 21,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,89 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- c. Membeli *smartphone* Xiaomi karena mendapatka informasi dari teman

Tabel 4.71**Deskripsi Variabel Y3**

| Y3 | | | | | |
|-----------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 2,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 12,0 |
| | 3,00 | 21 | 28,0 | 28,0 | 40,0 |
| | 4,00 | 37 | 49,3 | 49,3 | 89,3 |
| | 5,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 |
| | Tota | 75 | 100,0 | 100,0 | |
| | I | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.72**Deskriptif Statistik Variabel Y3**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Y3 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,5733 | ,87261 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 49,3%, netral 28%, tidak setuju 10,7% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,57 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- d. Sebelum membeli *smartphone* Xiaomi terlebih dahulu membandingkan dengan merek lain

Tabel 4.73**Deskripsi Varibel Y4**

| Y4 | | | | | |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid 1,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | |
| 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 2,7 | |
| 3,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 17,3 | |
| 4,00 | 54 | 72,0 | 72,0 | 89,3 | |
| 5,00 | 8 | 10,7 | 10,7 | 100,0 | |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.74**Deskriptif Statistik Variabel Y4**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Y4 | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,8933 | ,64877 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7%, setuju 72%, netral 14,7%, tidak setuju 1,3% dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,89 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- e. Yakin membeli *smartphone* Xiaomi

Tabel 4.75**Deskripsi Variabel Y5**

| Y5 | | | | | |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|--|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | |
| 3,00 | 14 | 18,7 | 18,7 | 20,0 | |
| 4,00 | 47 | 62,7 | 62,7 | 82,7 | |
| 5,00 | 13 | 17,3 | 17,3 | 100,0 | |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.76**Deskriptif Statistik Variabel Y5**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Y5 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9600 | ,64599 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 17,3%, setuju 62,7%, netral 18,7% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,96 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

- f. Puas dan ingin membeli lagi *smartphone* Xiaomi

Tabel 4.77**Deskripsi Variabel Y6**

| Y6 | | | | | |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|-------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent | |
| Valid 2,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| 3,00 | 21 | 28,0 | 28,0 | 29,3 | 29,3 |
| 4,00 | 48 | 64,0 | 64,0 | 93,3 | 93,3 |
| 5,00 | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.78**Deskriptif Statistik Variabel Y6**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Y6 | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,7600 | ,58909 |
| Valid N (listwise) | 75 | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%, setuju 64%, netral 28% dan tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,76 (dibulatkan 4), cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.79

Rangkuman Tabel Frekuensi

Keputusan Pembelian (Y)

| Indikator | SS | S | N | TS | STS | Jumlah |
|----------------|----|----|----|----|-----|--------|
| Y ₁ | 8 | 55 | 11 | 1 | 0 | 75 |
| Y ₂ | 8 | 51 | 16 | 0 | 0 | 75 |
| Y ₃ | 8 | 37 | 21 | 8 | 1 | 75 |
| Y ₄ | 8 | 54 | 11 | 1 | 1 | 75 |
| Y ₅ | 13 | 47 | 14 | 1 | 0 | 75 |
| Y ₆ | 5 | 48 | 21 | 1 | 0 | 75 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator Y₅ sebesar 13 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator Y₁ sebanyak 55responden, pendapat netral terdapat pada indikator Y₃ sebesar 21 responden, pendapat tidak setuju tertinggi pada indikator Y₃ yaitu 8 responden dan pendapat sangat tidak setuju paling banyak pada indikator Y₃ dan Y₄ yaitu 1 responden Dari indikator tersebut yang paling dominan

ialah jawaban setuju pada indikator Y_1 yaitu *smartphone* Xiaomi menyediakan kebutuhan sesuai dengan aktivitas sehari-hari.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standart deviasi.

Tabel 4.80

Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic

Keputusan Pembelian (Y)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| X _{3.1} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9333 | ,55345 |
| X _{3.2} | 75 | 3,00 | 5,00 | 3,8933 | ,55928 |
| X _{3.3} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,5733 | ,87261 |
| X _{3.4} | 75 | 1,00 | 5,00 | 3,8933 | ,64877 |
| X _{3.5} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,9600 | ,64599 |
| X _{3.6} | 75 | 2,00 | 5,00 | 3,7600 | ,58909 |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

E. Analisis Data

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas

a. Hasil uji validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 75 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,227 ($df = n-2 = 75-2 = 73$) dengan tarak

kesalahan sebesar 5%. Jadi item pernyataan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,227. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.81

Hasil Uji Validitas

| Variabel | No.Item | <i>Pearson Correlation</i> | R_{Tabel} (N=75) Taraf Signifikansi 5% | Keterangan |
|---|-------------------|-----------------------------------|--|-------------------|
| Strategi Harga (X ₁) | X _{1.1} | 0,511 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.2} | 0,529 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.3} | 0,501 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.4} | 0,649 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.5} | 0,593 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.6} | 0,517 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.7} | 0,558 | 0,227 | Valid |
| | X _{1.8} | 0,315 | 0,227 | Valid |
| Promosi (X ₂) | X _{2.1} | 0,763 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.2} | 0,585 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.3} | 0,862 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.4} | 0,771 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.5} | 0,806 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.6} | 0,528 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.7} | 0,807 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.8} | 0,687 | 0,227 | Valid |
| | X _{2.9} | 0,741 | 0,227 | Valid |
| Kualitas Produk (X ₃) | X _{3.1} | 0,686 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.2} | 0,735 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.3} | 0,711 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.4} | 0,738 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.5} | 0,738 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.6} | 0,811 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.7} | 0,822 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.8} | 0,805 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.9} | 0,711 | 0,227 | Valid |
| | X _{3.10} | 0,612 | 0,227 | Valid |
| | Y ₁ | 0,649 | 0,227 | Valid |

| | | | | |
|-------------------------|----------------|-------|-------|-------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Y ₂ | 0,715 | 0,227 | Valid |
| | Y ₃ | 0,640 | 0,227 | Valid |
| | Y ₄ | 0,702 | 0,227 | Valid |
| | Y ₅ | 0,767 | 0,227 | Valid |
| | Y ₆ | 0,688 | 0,227 | Valid |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.74 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan mulai variabel strategi harga (X_1), promosi (X_2), kualitas produk (X_3) dan keputusan pembelian (Y) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Kuesioner dianggap reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.82

Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|---------------------------|-------------------------|------------|
| Strategi harga (X_1) | 0,705 | Reliabel |
| Promosi (X_2) | 0,776 | Reliabel |
| Kualitas produk (X_3) | 0,774 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,770 | Reliabel |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.75 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih

besar dari 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan pendekatan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Data dikatakan normal jika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.83

Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|---|----------------|-------------------------|
| N | | 75 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,01772673 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,081 |
| | Positive | ,048 |
| | Negative | -,081 |
| Test Statistic | | ,081 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | | |

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.76 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,200 yang artinya Sig.(2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Hasil dari uji multikolinieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.84

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | X1 | ,625 | 1,601 |
| | X2 | ,975 | 1,026 |
| | X3 | ,635 | 1,575 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar

dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.² Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sebagaimana pada tabel 4.77, dapat dilihat bahwa nilai untuk strategi harga (X_1) sebesar 1,601, promosi (X_2) sebesar 1,026 dan kualitas produk (X_3) sebesar 1,575. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena VIF untuk setiap variabel kurang dari atau tidak lebih besar dari 10.

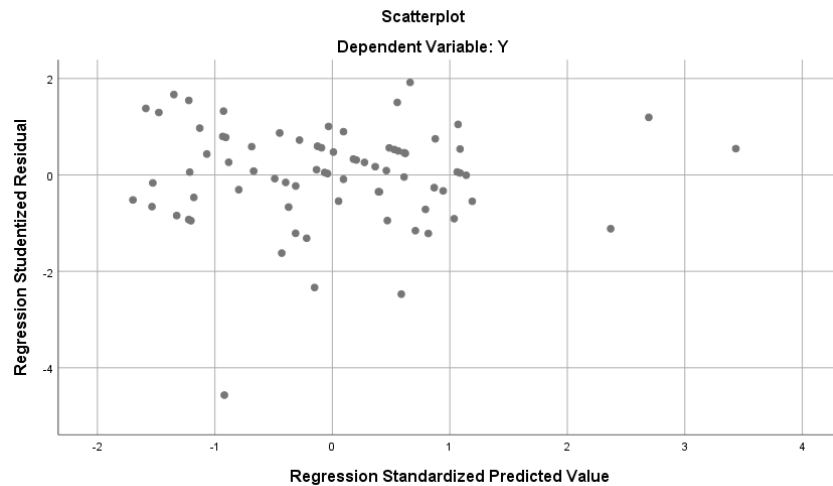
3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini pengeju heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*,79

Gambar 4.1**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.1, dapat dilihat bahwa tidak ada pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan juga di bawah angka 0. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

G. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji pengaruh antara variabel independen (strategi harga, promosi, kualitas produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.85
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|
| | | B | Std. Error | |
| 1 | (Constant) | 5,560 | 2,768 | |
| | Strategi_harga | ,164 | ,111 | ,168 |
| | Promosi | ,045 | ,042 | ,097 |
| | Kualitas_produk | ,298 | ,064 | ,522 |

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.78, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,560 + 0,164 (X_1) + 0,045 (X_2) + 0,298 (X_3)$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstan sebesar 5,560 menyatakan jika variabel strategi harga, promosi dan kualitas produk dalam keadaan konstan (tetap) maka keputusan pembelian sebesar 5,560.
- b. Koefisien regresi X_1 (strategi harga) sebesar 0,164 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_1 (strategi harga) maka meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,164.
- c. Koefisien regresi X_2 (promosi) sebesar 0,045 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_2

(promosi) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,045.

- d. Koefisien regresi X_3 (kualitas produk) sebesar 0,298 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_3 (kualitas produk) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,298.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

H. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel independen (strategi harga, promosi dan kualitas produk) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

Berikut adalah hasil uji t yang dilakukan dengan *software* pengolahan data SPSS 25.0

Tabel 4.86**Hasil Uji t**

| Model | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|-------|-----------------|--------------------------------|-------|------|
| 1 | (Constant) | | 2,009 | ,048 |
| | Strategi_harga | ,168 | 1,483 | ,142 |
| | Promosi | ,097 | 1,071 | ,288 |
| | Kualitas_produk | ,522 | 4,642 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

a. Pengaruh strategi harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel strategi harga adalah 1,483 pada taraf signifikansi 0,142. Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), $df = n-k = 75-4 = 71$). Nilai sig. 0,142 $> 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Dalam penelitian ini t-hitung 1,483 $<$ t-tabel 1,993 maka diterima H_0 dan tolak H_1 . Oleh karena itu , dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara strategi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone*

Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

b. Pengaruh promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel promosi adalah 1,071 pada taraf signifikansi 2,888. Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai sig. 2,888 > 0,05 yang berarti tidak signifikan. Dalam penelitian ini t-hitung 1,071 < t-tabel 1,993 maka diterima H_0 dan tolak H_1 . Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

c. Pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 :Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kualitas produk adalah 4,642 pada taraf signifikansi 0,000. Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan. Dalam penelitian ini $t\text{-hitung } 4,642 > t\text{-tabel } 1,993$ maka tolak H_0 dan terima H_1 . Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Secara simultan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.87**Hasil Uji F**

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 227,716 | 3 | 75,905 | 17,889 | ,000 ^b |
| Residual | 301,270 | 71 | 4,243 | | |
| Total | 528,987 | 74 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian
b. Predictors: (Constant), Kualitas_produk, Promosi, Strategi_harga

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

H₀ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

H₁: Ada pengaruh yang signifikan antara strategi harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Kriteria pengambilan:

H₀ diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

H₁ diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Dari uji F didapat nilai F_{hitung} sebesar 17,889 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$). Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,73 (dari perhitungan $df = k$ (jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan

$df_2 = n - k = 75 - 3 - 1 = 71$ (berarti baris ke 71). Ini berarti F_{hitung} sebesar $17,889 > F_{tabel} 2,73$.

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan diterima H_1 . Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel strategi harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjust R Square* dari data tabel *Model Summary*.

Tabel 4.88

Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,656 ^a | ,430 | ,406 | 2,060 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas_produk, Promosi, Strategi_harga
Sumber : Pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.81 diketahui nilai *Adjust R Square* sebesar 0,406 artinya 40,6 % variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari strategi harga, promosi dan kualitas produk.

Sedangkan sisanya sebesar 59,4 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.