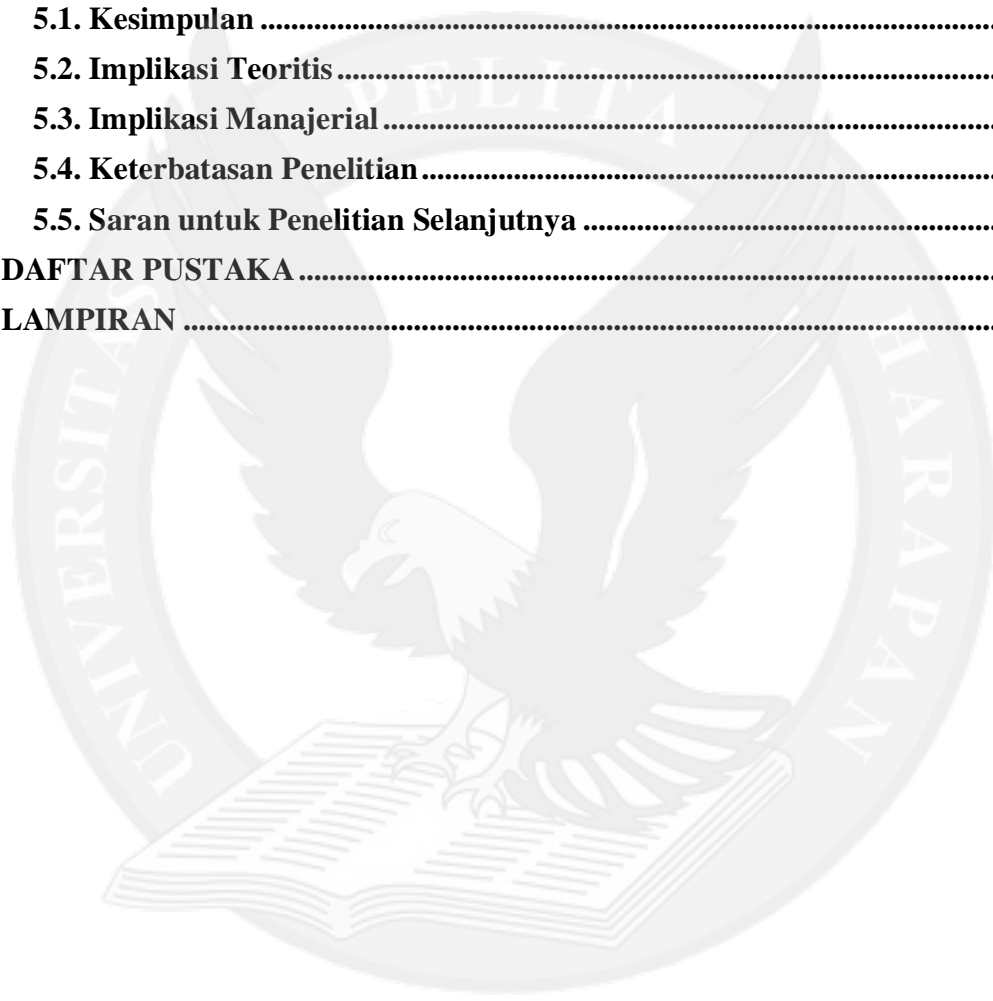


DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat teoritis	13
1.4.2. Manfaat Praktis	13
1.5. Sistematika Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Teori Planed Behaviour	15
2.2. Teori proses pembelian	15
2.3. <i>Product Features</i>	16
2.4. <i>Brand Image</i>	16
2.5. <i>Product Price</i>	17
2.6. <i>Social Influences</i>	18
2.7. <i>Customer Purchase Intention</i>	18
2.8. Hubungan Antar Variabel	19
2.8.1. Hubungan antara <i>Product Features</i> dengan <i>Customer Purchase Intention</i>	19
2.8.2. Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Customer Purchase Intention</i>	19
2.8.3. Hubungan antara <i>Product Price</i> dengan <i>Customer Purchase Intention</i>	20
2.8.4. Hubungan antara <i>Social Influences</i> dengan <i>Customer Purchase Intention</i>	21
2.9. Model Penelitian	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Paradigma Penelitian	23
3.2. Metode dan Jenis Penelitian.....	23
3.3. Unit Analisis.....	24
3.4. Pengukuran Variabel	24
3.5. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	25
3.6. Skala Pengukuran.....	27
3.7. Metode Pengumpulan Data	27
3.8. Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.8.1. Populasi Penelitian	28
3.8.2. Sampel Penelitian	28
3.9. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.10. Penentuan Jumlah Sampel	29
3.11. Teknik Analisis Data.....	29
3.11.1. Studi Pendahuluan	29
3.11.1.1. Uji Reliabilitas	29
3.11.1.2. Uji Validitas.....	30
3.11.2 Statistik Deskriptif.....	30
3.11.3. Statistik Inferensial	31
3.12. Studi Pendahuluan.....	31
3.13 Hasil Pengujian <i>Pre-test</i>	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Profil Demografi Responden	36
4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif	37
4.2.1. Statistik Deskriptif <i>Product Features</i>	38
4.2.2. Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>.....	39
4.2.3. Statistik Deskriptif <i>Product Price</i>	40
4.2.4. Statistik Deskriptif <i>Social Influences</i>	41
4.2.5. Statistik Deskriptif <i>Customer Purchase Intention</i>.....	42
4.3. Hasil Uji Statistik Inferensial.....	43
4.3.1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
4.3.2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
4.4. Pembahasan	56

4.4.1. Pengaruh <i>Product Features</i> Terhadap <i>Customer Purchase Intention</i>	56
4.4.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Purchase Intention</i>	58
4.4.3. Pengaruh <i>Product Price</i> Terhadap <i>Customer Purchase Intention</i>	59
4.4.4. Pengaruh <i>Social Influences</i> Terhadap <i>Customer Purchase Intention</i>	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Implikasi Teoritis	62
5.3. Implikasi Manajerial	64
5.4. Keterbatasan Penelitian	65
5.5. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.Lonjakan Pengguna Internet Selama 5 Tahun Terakhir	2
Gambar 1. 2.Pangsa pasar smartphone Xiaomi di Asia Pasifik	3
Gambar 1. 3. Tingkat Pertumbuhan Perusahaan Smartphone di Indonesia 2017-2018.....	3
Gambar 1. 4. Merk smartphone paling laris di Indonesia kuartal II tahun 2021	5
Gambar 1. 5.Pendapatan Xiaomi per Kuartal I tahun 2018 - 2022.....	6
Gambar 1. 6.Pangsa pasar smartphone Indonesia Tahun 2022	7
Gambar 2. 1.Model Penelitian	22
Gambar 2. 2. Model Penelitian.....	22
Gambar 3. 1.Outer Model Studi Pendahuluan.....	32
Gambar 4. 1.Model Struktural Aktual Tes	50
Gambar 4. 2.Outer Model	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Research Gap	9
Tabel 1. 2. Tabel Gap Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	25
Tabel 3. 2. Skala Likert	27
Tabel 3. 3. Kategori Inteval	30
Tabel 3. 4. Uji Validitas Konvergen Product Features	33
Tabel 3. 5. Uji Validitas Konvergen Brand Image	33
Tabel 3. 6. Uji Validitas Konvergen Product Price	33
Tabel 3. 7. Uji Validitas Konvergen Social Influences	34
Tabel 3. 8. Uji Validitas Konvergen Customer Purchase Intention	34
Tabel 3. 9. Uji Reabilitas Studi Pendahuluan	35
Tabel 4. 1. Profil Demografi Responden	36
Tabel 4. 2. Jarak Pada Statistik Deskriptif	37
Tabel 4. 3. Statistik Deskriptif Product Features	38
Tabel 4. 4. Statistik Deskriptif Brand Image	39
Tabel 4. 5. Statistik Deskriptif Product Price	40
Tabel 4. 6. Statistik Deskriptif Social Influences	41
Tabel 4. 7. Statistik Deskriptif Customer Purchase Intention	42
Tabel 4. 8. Uji Reliabilitas Konvergen.	44
Tabel 4. 9. Uji Validitas Product Features	45
Tabel 4. 10. Uji Validitas Brand Image	45
Tabel 4. 11. Uji Validitas Product Price	46
Tabel 4. 12. Uji Validitas Social Influences	46
Tabel 4. 13. Uji Validitas Customer Purchase Intention	46
Tabel 4. 14. Uji Validitas Diskriminan Cross Loading	47
Tabel 4. 15. Uji Validitas Diskriminan Fornell-Lacker Criterion	48
Tabel 4. 16. Uji Validitas Diskriminan Hetrotrait-Monotrait (HTMT)	48
Tabel 4. 17. R-Squared	51
Tabel 4. 18. F-Square	51
Tabel 4. 19. Q-Square	52
Tabel 4. 20. Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 21. Uji Multikolinearitas Tiap Indikator	53
Tabel 4. 22. Uji Hipotesis Direct Effect	55
Tabel 4. 23. Perbandingan T-Statistik Saat Ini dan Sebelumnya	55
Tabel 5. 1. Perbandingan dari Penelitian Sebelumnya dan Penelitian Terkini	62