

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	32
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
1. Pengaruh Fitur Produk Terhadap Minat Beli	35
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	36
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	37
4. Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Beli.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Metode Pengambilan Sampel	41
1. Populasi dan Sampel	41
2. Teknik Pengambilan Sampel	41
3. Ukuran Sampel.....	41
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	46
4. Uji Normalitas	46
5. Uji Multikolonieritas.....	47
6. Uji Heteroskedastisitas.....	47
7. Goodness of the Data	48
3.5 Metode Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Tingkat Pengembalian Data	55
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	56
1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	56
2. Deskripsi Usia Responden	57
3. Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden.....	57
4. Deskripsi Pekerjaan Responden.....	58
5. Deskripsi Penghasilan Responden Per Bulan	59
4.3 Hasil Uji Instrumen Riset	60
1. Hasil Uji Validitas	60
2. Hasil Uji Reliabilitas	65
4.4 Pengujian Asumsi Klasik	65
1. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
2. Hasil Uji Kecocokan Model.....	68
3. Hasil Uji Hipotesis Riset.....	70
4.5 Pembahasan Dan Diskusi	73
1. Pengaruh Fitur Produk Terhadap Minat Beli.....	73
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	74
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	75
4. Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Beli	76
4.6. Perbandingan Penelitian Sebelumnya dan Penelitian Terkini.....	79
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN RISET DAN SARAN ..	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2. Implikasi Teoritis	83
5.3 Implikasi Manajerial	84
5.3 Keterbatasan Riset	85
5.4 Saran Riset Mendatang.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengiriman dan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2020-2023.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	33
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuisisioner	56
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	59
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Kepemilikan Smartphone Oppo.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Konvergen AVE – Aktual.....	63
Tabel 4. 10 Uji Validitas Diskriminan AVE – Aktual.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4. 13 <i>Goodness of Fit</i>	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Riset	70
Tabel 4. 16 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dan Penelitian Terkini.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian Sebelumnya	34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian	35
Gambar 4.1 Model Struktural CFA.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Gambar 4.4 Model Struktural Model Struktural SEM AMOS	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden	97
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	98
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	101
Lampiran 6 Hasil Uji Goodness of Fit	102
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis Riset.....	103

