# DAFTAR ISI

# ABSTRAK i

# KATA PENGANTAR ii

# DAFTAR ISI v

# DAFTAR TABEL x

# DAFTAR GAMBAR xii

# DAFTAR LAMPIRAN xiii

# BAB I PENDAHULUAN 1

## Latar Belakang Masalah 1

## Identifikasi Masalah 6

## Batasan Masalah 7

## Rumusan Masalah 7

## Tujuan Penelitian 8

## Manfaat Penelitian 8

# BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10

## Harga 10

### Pengertian Harga 10

### Strategi Penetapan Harga 11

### Metode Penetapan Harga 12

### Tujuan Penetapan Harga 14

### Lokasi 17

1. Pengertian Lokasi 18
   1. Pemilihan Lokasi 18
      1. Keputusan Pembelian 19
      2. Pengertian Keputusan Pembelian 19
         1. Proses Keputusan Pembelian 20
         2. Pengenalan Kebutuhan 20
         3. Pencarian Informasi 20
         4. Evaluasi Berbagai Alternatif 21
         5. Keputusan Pembelian 21
      3. Perilaku Pasca Pembelian 21
      4. Tipe-Tipe Perilaku Keputusan Pembelian 21
   2. Hubungan Antar Variabel 22

2.4.1 Hubungan antara Harga dengan Keputusan Pembelian 22

2.4.2 Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian 23

* 1. Penelitian Terdahulu 24
  2. Kerangka Konseptual 28
  3. Hipotesis 29

**BAB III METODE PENELITIAN 31**

1. Desain Penelitian 31
   1. Populasi dan Sampel 31
2. Populasi 31
   * 1. Sampel 32
   1. Lokasi dan Waktu Penelitian 33
      1. Lokasi Penelitian 33
      2. Waktu Penelitian 33

## Variabel dan Indikator 34

### Variabel 34

### Indikator 34

## Instrumen Penelitian 38

## Teknik Pengumpulan Data 39

## Teknik Analisis Data 41

### Analisis Dekriptif 41

### Uji Persyaratan Analis 41

### Uji Normalitas 42

### Uji Linearitas 43

### Uji Multikolonieritas 43

### Uji Heteroskedasitas 44

### Analisis Regresi Berganda 44

### Uji Hipotesis 45

### Uji T (Parsial) 45

### Uji F 46

### Koefisian Determinan () 46

# BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 48

* 1. Gambaran Umum 48

4.1.1 Sejarah Xiaomi 48

* + 1. Visi dan Misi Perusahaan 51
  1. Hasil Penelitian 51
     1. Karakteristik Responden 51
     2. Hasil Jawaban Reponden Terhadap

Variabel Harga (X1) 52

* + 1. Hasil Jawaban Reponden Terhadap

Variabel Lokasi (X2) 54

* + 1. Hasil Jawaban Reponden Terhadap Variabel

Keputusan Pembelian (Y) 56

4.2.5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 59

4.2.5.1 Hasil Uji Validitas 59

4.2.5.2 Hasil Uji Reliabilitas 60

4.2.6 Hasil Uji Asumsi Klasik 60

4.2.6.1 Uji Normalitas 60

4.2.6.2 Uji Multikolonieraritas 63

4.2.6.3 Uji Heteroskedasitas 63

4.2.7 Hasil Uji Korelasi Product Moment 64

* + 1. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda 66

4.2.9 Hasil Uji Hipotesis 67

* + - 1. Uji T (Parsial) 67

4.2.9.2 Uji F 68

4.2.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi 69

4.3 Pembahasan 70

4.3.1 Harga Terhadap Keputusan Pembelian 70

4.3.2 Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian 70

4.3.3 Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian 71

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 72**

5.1 Kesimpulan 72

5.2 Saran 72

# DAFTAR PUSTAKA 73

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Pangsa pasar merek smartphone di dunia tahun 2019

(unit dalam jutaan) 2

Tabel 1.2 Indonesia Top 5 Smartphone Companies, 2019Q2 Unit

Market Share 3

Tabel 1.3 Data Pra Survey Masyarakat Di Kelurahan Harjosari II,

Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan 4

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 24

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian 33

Tabel 3.2 Definisi Operasional 37

Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert 40

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin 51

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia 51

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan 51

Tabel 4.4 Pernyataan 1: Konsumen setuju dengan harga yang

ditawarkan terjangkau oleh masyarakat umum. 52

Tabel 4.5 Pernyataan 2: Harga smartphone xiaomi dapat bersaing

dengan produk lain 52

Total 4.6 Pernyataan 3: Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas

yang didapatkan 53

Tabel 4.7 Pernyataan 4: Produk yang ditawarkan memberikan manfaat

yang diharapkan konsumen 54

Tabel 4.8 Pernyataan 1: Lokasi menuju outlet smartphone xiaomi

mudah dijangkau. 54

Tabel 4.9 Pernyataan 2: Outlet smartphone xiaomi dapat dilihat

dengan jelas dari kejauhan 55

Tabel 4.10 Pernyataan 3: Tempat parkir pada outlet smartphone

xiaomi sangat aman 55

Tabel 4.11 Pernyataan 4: Keleluasaan bergerak didalam outlet

smartphone xiaomi 56

Tabel 4.12 Pernyataan 1: Saya membeli smartphone xiaomi karena

memiliki banyak keunggulan 56

Tabel 4.13 Pernyataan 2: Saya mencari informasi kepada teman

atau keluarga yang sudah membeli smartphone xiaomi 57

Tabel 4.14 Pernyataan 3: Saya membandingkan dengan smartphone

lain yang ada di pasaran 57

Tabel 4.15 Pernyataan 4: Saya melakukan pembelian smartphone xiaomi

karena merek ini mudah dicari dan didapat 58

Tabel 4.16 Pernyataan 5: Saya akan merekomendasikan smartphone xiaomi

kepada dan keluarga 58

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas 59

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas 60

Tabel 4.19 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov 61

Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas 63

Tabel 4.21 Hasil Uji Korelasi Product Moment 65

Tabel 4.22 Pedoman Untuk Memberikan Interprestasi

Koefisien Korelasi 65

Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 66

Tabel 4.24 Hasil Uji T 67

Tabel 4.25 Hasil Pengujian Uji F 68

Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi 69

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 29

Gambar 4.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas Histogram 61

Gambar 4.2 Hasil Uji Asumsi Normalitas Plot 62

Gambar 4.3 Hasil Uji Asumsi Heteroskedasitas Scatterplot 64

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 78

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian 81

Lampiran 3 Tabel r 92

Lampiran 4 Tabel Nilai T 95

Lampiran 5 Tabel Nilai F 98

Lampiran 6 Uji Validitas 104

Lampiran 7 Uji Reliabilitas 107

Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda 109