

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL..... x

DAFTAR GRAFIK xi

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRANxiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 17

1.3 Batasan Masalah..... 17

1.4 Rumusan Masalah 17

1.5 Tujuan Penelitian..... 18

1.6 Manfaat Penelitian..... 19

BAB II KAJIAN PUSTAKA 20

2.1 Kerangka Teoritis 20

2.1.1 Keputusan Pembelian 20

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian 20

2.1.1.2 Proses Keputusan Pembelian..... 21

2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.1.1.4 Struktur Keputusan Pembelian	29
2.1.2 Inovasi Produk	31
2.1.2.1 Pengertian Inovasi Produk	31
2.1.2.2 Jenis Inovasi	33
2.1.2.3 Bentuk dan Karakteristik Inovasi	34
2.1.2.4 Bentuk-Bentuk Inovasi Produk	36
2.1.2.5 Indikator Inovasi Produk	37
2.1.3 Word of Mouth	38
2.1.3.1 Pengertian Word of Mouth	38
2.1.3.2 Word of Mouth Marketing	41
2.1.3.3 Alasan Penggunaan WOM	42
2.1.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi WOM.....	43
2.1.3.5 Indikator-indikator WOM.....	43
2.1.3.6 Membangun WOM yang Positif.....	44
2.2 Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Kerangka Berfikir.....	49
2.4 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
3.3.1 Variabel Penelitian.....	52

3.3.2 Definisi Operasional	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	57
3.5.1 Uji Validitas dan Reabilitas	57
3.5.1.1 Uji Validitas.....	57
3.5.1.2 Uji Reabilitas Data.....	58
3.6 Teknik Analisis Data	59
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.1.1 Uji Normalitas	59
3.6.1.2 Uji Multikolinieritas	60
3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas	60
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.6.3 Uji Hipotesis	62
3.6.3.1 Uji F (Pengujian Secara Simultan)	62
3.6.3.2 Uji t (Parsial)	62
3.6.3.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Xiaomi.....	64
4.1.2 Slogan Xioami	66
4.1.3 Logo Xioami	66
4.2 Identifikasi Responden.....	67
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Angket	68

4.3.1 Variabel Inovasi Produk (X1)	68
4.3.2 Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2).....	71
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	72
4.4 Teknik Analisis Data.....	74
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.1.1 Uji Normalitas	74
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	78
4.4.1.3 Uji Heterokedastisitas	79
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.4.3 Uji Hipotesis	82
4.4.3.1 Uji Parsial (Uji t)	82
4.4.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji f).....	83
4.4.3.3 Uji Determinasi (R^2).....	84
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	85
4.5.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	86
4.5.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.5.3 Pengaruh Inovasi Produk dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	