

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberi kesempatan menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Fitur Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Smartphone Merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya”**. Shalawat serta Salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW., keluarganya, para sahabatnya, dan juga kepada semua umat hingga akhir zaman.

Dalam proses penulisan proposal penelitian ini, tidak akan berjalan lancar tanpa ada dukungan kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi, semangat, dan do'a yang tiada hentinya dipanjatkan. Serta penulis tidak terlepas dari dorongan dan arahan-arahan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rudi Priadi, Ir., M.S., selaku selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
2. Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi
3. Dr. Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.
4. Dr. Hj. Lina Marlina., S.Ag., M.Ag., selaku dosen wali 2018 kelas B sekaligus dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi arahan, bimbingan serta ilmunya kepada penulis.
5. Elis Nurhasanah S.Sy., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi arahan, bimbingan serta ilmunya kepada penulis.
6. Bapak/Ibu seluruh dosen jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang telah mendidik dan membekali ilmu kepada penulis selama menempuh studi.
7. Segenap staf tenaga pendidikan yang telah memberikan fasilitas selama penulisan proposal ini.

8. Rekan-rekan Jurusan Ekonomi Syariah (SECRET18) angkatan 2018 yang telah memberikan kontribusi dan saling memberi motivasi dan semangat dalam penyusunan proposal penelitian ini.
9. Iqbal Nawawi yang telah memberikan semangat, dukungan dan bantuan kepada penulis.
10. Sahabat penulis selama dibangku perkuliahan Bunga Surya Islami, Fertika Eliza, Salsabilah Firdausyiah, Erviana Mega Belia, Tasya Nurul Fitria Rukmana yang telah memberikan semangat, bantuan dan dukungan kepada penulis.

Tasikmalaya, Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK

ABSTRACT

PEDOMAN TRANSLITERASI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Kegunaan Penelitian 10

BAB II LANDASAN TEORI 12

A. Tinjauan Pustaka 12

1. Harga 12

2. Fitur 20

3. Garansi 21

4. Perilaku Konsumen 28

5. Keputusan Pembelian 37

B. Penelitian Terdahulu 44

C. Kerangka Pemikiran 45

D. Hipotesis 48

BAB III METODE PENELITIAN 49

A. Metode Penelitian 49

B. Operasional Variabel	49
1. Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	50
2. Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)	51
C. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	53
D. Teknik Pengumpulan Data	54
E. Instrumen Penelitian	54
F. Uji Instrumen Penelitian	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Realibilitas	59
G. Teknik Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif	59
2. Pengujian Prasyarat Analisis	60
3. Pengujian Hipotesis	61
H. Tempat dan Jadwal Penelitian	64
1. Tempat	64
2. Waktu Penelitian	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	65
1. Sejarah Xiaomi	65
2. Visi dan Misi Xiaomi	66
3. Produk Xiaomi	66
B. Hasil Penelitian	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	68
3. Analisis Deskriptif	70

4. Uji Prasyarat Analisis	74
5. Analisis Data dan Uji Hipotesis	77
C. Pembahasan Hasil Penelitian	85
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya	85
2. Pengaruh Fitur terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya	89
3. Pengaruh Garansi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya	87
4. Pengaruh Harga, Fitur dan Garansi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
A. Simpulan	93
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Harga (X_1).....	50
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Fitur (X_2).....	51
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Garansi (X_3).....	51
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 3. 5 Skor Alternatif Jawaban	55
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrumen	55
Tabel 3. 7 Waktu Penelitian.....	64
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1).....	67
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur (X_2).....	67
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Garansi (X_3)	67
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_1).....	69
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fitur (X_2).....	69
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Garansi (X_3)	69
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskripsi Variabel.....	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	78
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Fitur (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi Fitur (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Garansi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	81
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi Garansi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Berganda	82
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 22 Hasil Uji F	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Smartphone di Indonesia	3
Gambar 1. 2 TOP Smartphone Vendors Q2, 2021 di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan	38
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2. 3 Paradigma Penelitian.....	48
Gambar 4. 1 Logo Xiaomi	65
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden	70
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	71
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	72
Gambar 4. 5 Agama Responden	72
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Gambar 4.7 Jawaban Responden Y.1	86

