

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Permasalahan .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. <i>Country of Origin</i> (COO).....	19
3. <i>Perceived Quality</i> .....	24
4. <i>Brand Image</i> .....	30
B. Penelitian Terdahulu .....	37
C. Kerangka Berpikir.....	40
D. Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	47
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisis data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBEHASAN</b>	
A. HASIL PENELITIAN.....	56

1. Gambaran Umum Perusahaan Xiaomi .....	56
2. Gambaran Umum Tentang Responden .....	57
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	60
4. Hasil Uji Data Penelitian.....	67
<b>B. PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
1. Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi Pada Mahasiswa Aktif IAIN Kudus Angkatan 2019-2022. ....	78
2. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi Pada Mahasiswa Aktif IAIN Kudus Angkatan 2019-2022. ....	79
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi Pada Mahasiswa Aktif IAIN Kudus Angkatan 2019-2022.....	80
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. KESIMPULAN.....	82
B. SARAN.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Jumlah Pemakai Smartphone Di Indonesia Tahun 2018-2022 .....	2
Tabel 1. 2	Data (TBI) Smartphone Xiaomi Tahun 2018-2022 .....	7
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel .....	48
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4. 2	Usia Responden .....	58
Tabel 4. 3	Fakultas Responden .....	59
Tabel 4. 4	Tahun angkatan Responden .....	59
Tabel 4. 5	Pengguna Smartphone Xiaomi .....	60
Tabel 4. 6	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4. 7	Frekuensi Variabel Country of Origin (X1) .....	62
Tabel 4. 8	Frekuensi Variabel Perceived Quality (X2) .....	63
Tabel 4. 9	Frekuensi Variabel Brand image (X3) .....	65
Tabel 4. 10	Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4. 11	Uji Validitas variabel Country of Origin .....	68
Tabel 4. 12	Uji Validitas Variabel Perceived Quality .....	68
Tabel 4. 13	Uji Validitas Variabel Brand Image .....	68
Tabel 4. 14	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	69
Tabel 4. 15	Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4. 17	Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....	72
Tabel 4. 18	Analisis Regresi Linear Berganda .....	74
Tabel 4. 19	Uji Signifikasi Simultan (Uji F) .....	76
Tabel 4. 20	Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji T) .....	77
Tabel 4. 21	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Gambar Diagram Garis TBI Smartphone Tahun 2018-2022.....	7
Gambar 2. 1	Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 4. 1	Logo Perusahaan Xiaomi.Inc.....	56
Gambar 4. 2	Logo IAIN Kudus.....	57
Gambar 4. 3	Uji Normalitas Grafik Histogram .....	70
Gambar 4. 4	Uji Normalitas Probability Plot .....	71
Gambar 4. 5	Uji Heteroskedastisitas .....	73

