

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	12

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Promosi	13
2.1.1 Pengertian Promosi	13
2.1.2 Bauran Promosi	14
2.1.3 Tujuan Promosi	14

2.1.4 Sifat dan Unsur dalam Promosi	17
2.1.5 Indikator Promosi	19
2.2 Kualitas Produk	19
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	19
2.2.2 Karakteristik Kualitas Produk	20
2.2.3 Dimensi Kualitas Produk	21
2.2.4 Indikator Kualitas Produk	22
2.3 Keputusan Pembelian	23
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	26
2.3.3 Langkah-Langkah Proses Keputusan Pembelian	31
2.3.4 Indikator Proses Pengambilan Keputusan	36
2.4 Penelitian Terdahulu	37
2.5 Kerangka Pikir	37
2.6 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	41
3.2 Sumber Data	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	43
3.5 Variabel Penelitian	45
3.6 Definisi Operasional variabel	45
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	46
3.7.1 Uji Validitas Instrumen	46
3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen	48
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	49
3.8.1 Uji Normalitas	49
3.8.2 Uji Linieritas	50
3.8.3 Uji Multikolinieritas	51
3.9 Teknik Analisis Data	51
3.9.1 Regresi Linear Berganda	52
3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.10 Pengujian Hipotesis	52
3.10.1 Uji t (Secara Parsial)	52
3.10.2 Uji F (Secara Simultan)	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	55
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	55
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	56
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	59
4.2.1 Hasil Uji Validitas	59
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	61
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	62
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	62
4.3.2 Hasil Uji Linieritas	62
4.3.3 Uji Multikolinieritas	63
4.4 Hasil Uji Analisis Data	64
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Bergeanda	64
4.4.2 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	65
4.5 Pengujian Hipotesis	66
4.5.1 Hasil Uji t (Secara Parsial)	66
4.5.2 Hasil Uji F (Secara Simultan)	67
4.6 Pembahasan	68
4.6.1 Pengaruh Promosi (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	70
4.6.3 Pengaruh Promosi (X_1) dan Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	70

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	76
5.2.1 Bagi Smartphone Oppo	76
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	77

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	----

LAMPIRAN	79
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Jumlah Penjualan Smartphone Oppo tahun 2017	6
2.1 Penelitian Terdahulu	34
3.1 Definisi Oprasional Variabel	43
3.2 Daftar Nilai Interpretasi Koefisien	46
4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	53
4.2 Karakteristik Usia Responden	54
4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	54
4.4 Karakteristik Pendidikan Responden	55
4.5 Jawaban Responden Variabel Promosi (X_1).....	56
4.6 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_2).....	57
4.7 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
4.8 Hasil Uji Validitas Data Variabel Promosi (X_1)	59
4.9 Hasil Uji Validitas Data Variabel Kualitas Produk (X_2)	60
4.10 Hasil Uji Validitas Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
4.11 Hasil Uji Reabilitas	61
4.12 Hasil Uji Normalitas	62
4.13 Hasil Uji Linieritas	63
4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	64
4.15 Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	64
4.16 Hasil Uji Koefisien Korelasi	66
4.17 Hasil Uji t (Secara Parsial)	66
4.18 Hasil Uji F (Secara Simultan)	68
4.26 Hasil Persamaan Regresi Berganda	71
4.27 Uji F	73
4.28 Uji T	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Data Trendline Penjualan Smartphone Oppo Di Bandar Lampung	6
2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	26
2.2 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	33
2.3 Langkah-Langkah Proses Keputusan Pembelian	35
2.6 Gambar Kerangka Pikir	39

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
2. Lampiran 2 Hasil Kuisisioner
3. Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden
4. Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif Frekuensi Data
5. Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
6. Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas
7. Lampiran 7 Hasil Uji Validitas , Uji Linieritas dan Uji Multikolinieritas
8. Lampiran 8 Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji Hipotesis (F dan T)
9. Lampiran 9 Data R_{tabel}
10. Lampiran 10 Uji T_{tabel}
11. Lampiran 11 Uji F_{tabel}