

SKRIPSI

**ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo Di
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

SULIH AJENG SUHASDIKO RETNO

NBI : 1211600158

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

**ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo Di
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

SULIH AJENG SUHASDIKO RETNO

NBI : 1211600158

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

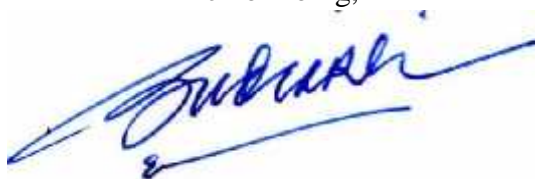
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Sulih Ajeng Suhasdiko Retno
NBI : 1211600158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo Di
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya,,, 2020

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Endah Budiarti, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal :

19 Juni 2020

TIM PENGUJI :

1. Dr. Abdul Halik, MM
2. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT., MM
3. Dr. Endah Budiarti, M.Si

TANDA TANGAN

- Ketua



- Anggota



- Anggota



Dekan,



Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Sulih Ajeng Suhasdiko Retno
2. NBI : 1211600158
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3522214602980002
6. Alamat Rumah (KTP) : Ds. Ngujung RT 1/1 Kec. Temayang Kab. Bojonegoro

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo Di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 20 Juni 2020

Yang Membuat,



(Sulih Ajeng Suhasdiko Retno)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL : PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulih Ajeng Suhasdiko Retno

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : ~~Tugas Akhir~~ / Skripsi / Tesis / ~~Disertasi~~ / ~~Laporan Penelitian~~ /
Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. **Hak Bebas Royalty Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo Di
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**

Dengan **Hak Bebas Royalty Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasi karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 20 Juni 2020

Yang Menyatakan

(Sulih Ajeng Suhasdiko Retno)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.si selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian.

Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya selama ini.

5. Dr. Abdul Halik, MM. selaku ketua penguji dan Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT., MM. selaku penguji dalam sidang skripsi yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Dr. Nekky Rachmiyati, MM. selaku dosen wali yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang diberikan untuk memberi arahan dan saran dalam proses selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya mengucapkan banyak terimakasih atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis.
8. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberikan pelayanan selama masa studi.
9. Orang tua saya ayah Wahimun dan ibu Lamisih, atas doa yang telah dipanjatkan siang dan malam serta nasehat dan semangat yang selalu diberikan.

10. Kakak saya Indra Mayu Guruh Tantura dan Siti Mar'atus Sholichah, dan nenek saya yang selalu memberi dukungan sehingga apa yang saya kerjakan bisa terselesaikan.
11. Teruntuk Iwan Ali Syahrobi Terima kasih kamu selalu memotivasi saya dalam segala hal dan menemani perjalanan dalam menyelesaikan study ini.
12. Sahabat-Sahabat saya Tri Wulandari, Maidhotus Sholichah, Dewi Ayu Kurnia, Nella Devita Sari, Mega Sari, Titin Eggy Yulismia, Eartha Ilma Mahardika, Dinda Arimartha Puteri, Nanda Sukma Dewi, Bima Renaldi, M. Shobihul Anam, Yogi Agil Prasetyo, Agustino, Ahmad Ferian, Pranda, M. Jayak, Ridho Pratama, dan pemburu masa depan cerah yang tidak bisa saya sebut satu persatu, terima kasih atas dukungan, semangat, doa dan kebersamaannya semoga kita semua menjadi orang yang berhasil dan tidak saling melupakan.
13. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus membantu, memberikan doa dan motivasi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan.

Motto saya adalah "Di Mana Ada Kesusahan Pasti Ada Kemudahan"

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 20 Juni 2020

Sulih Ajeng Suhasdiko Retno

RINGKASAN

Perkembangan teknologi informasi dari tahun ke tahun selalu mengalami perkembangan yang sangat pesat. Banyaknya fasilitas kemudahan-kemudahan yang di timbulkan oleh perkembangan teknologi informasi secara langsung berdampak pada kegiatan organisasi. Teknologi informasi adalah salah satu media penghubung untuk membantu dan mempermudah setiap aktivitas manusia. Teknologi informasi merupakan teknologi yang di gunakan untuk mengolah data. Media komunikasi dalam kenyataannya mampu berfungsi untuk mempermudah penyampaian pesan atau informasi.

Fenomena yang terjadi pada saat ini di perusahaan Oppo adalah inovasi produk, Oppo sebelumnya masih memiliki beberapa kekurangan yaitu produk Oppo masih menggunakan tombol keyboard, namun seiring berjalannya waktu Oppo mulai berinovasi dan menambah fitur *touch sreen* (layar sentuh), sebelumnya Oppo belum memiliki desain ponsel yang semenarik sekarang, namun seiring berjalannya waktu Oppo mulai memunculkan desain ponsel yang lebih bagus lagi dengan layar yang lebih lebar, kamera dengan kualitas yang lebih bagus, dan model yang lebih ramping dan lebih ringan, dan juga di lengkapi dengan fitur-fitur yang lebih canggih. Dari segi citra merek, perusahaan Oppo sebelumnya memiliki kekurangan yaitu masih kalah jika dibanding dengan perusahaan Samsung. Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan Oppo sebelumnya masih memiliki kekurangan yaitu memasarkan produk terlampau banyak seri. Namun seiring dengan berjalannya waktu Oppo mulai membenahi diri agar mampu meningkatkan penjualannya yaitu dengan cara mengurangi seri smartphone dan berkonsentrasi pada dua lini seri, sehingga vendor tidak akan bingung untuk mempromosikan produk karena produk yang di pasarkan tidak

terlampau banyak. Inovasi produk merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha dalam meningkatkan mutu, kegunaan, maupun kualitas produk serta menambah variasi pada produk guna mempertahankan dan menciptakan keunggulan kompetitif menuju pasar global. Citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang diinginkan konsumen. Promosi penjualan adalah merupakan ujung tombak di dalam kegiatan pemasaran yakni memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh inovasi produk, citra merek, promosi penjualan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota SBY, Jawa Timur 60118. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui data kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna smartphone Oppo di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, artinya pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Alat analisis data penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan Analisis Determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 7.244 + 0,241 X1 + 0,171 X2 + 0,157 X3$$

Nilai koefisien regresi diatas menunjukkan bahwa jika variabel Inovasi Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan ditingkatkan, maka akan mengakibatkan peningkatan Keputusan Pembelian. Hasil pengujian hipotesis juga diperoleh hasil bahwa: (1) Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (3) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; (4) Inovasi Produk, Citra Merek, Promosi Penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis determinasi diperoleh hasil (R^2) sebesar 0,129 artinya kontribusi variabel inovasi produk, citra merek dan promosi penjualan terhadap perubahan naik turunnya keputusan pembelian Smartphone Oppo di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya adalah 12,9%, Sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial pribadi dan psikologis.

ABSTRAK

Teknologi informasi adalah salah satu media penghubung untuk membantu dan mempermudah setiap aktivitas manusia. Teknologi informasi merupakan teknologi yang di gunakan untuk mengolah data. Media komunikasi dalam kenyataannya mampu berfungsi untuk mempermudah penyampaian pesan atau informasi. Fenomena yang terjadi pada saat ini di perusahaan Oppo adalah inovasi produk, Oppo sebelumnya masih memiliki beberapa kekurangan yaitu produk Oppo masih menggunakan tombol keyboard. Dari segi citra merek, perusahaan Oppo sebelumnya memiliki kekurangan yaitu masih kalah jika dibanding dengan perusahaan Samsung. Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan Oppo sebelumnya masih memiliki kekurangan yaitu memasarkan produk terlampau banyak seri. Namun seiring dengan berjalannya waktu Oppo mulai membenahi diri agar mampu meningkatkan penjualannya yaitu dengan cara mengurangi seri smartphone dan berkonsentrasi pada dua lini seri, sehingga vendor tidak akan bingung untuk mempromosikan produk karena produk yang di pasarkan tidak terlampau banyak. Tujuan penelitian ini untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh inovasi produk, citra merek, promosi penjualan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Pengambilan sampel diambil menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Alat analisis data penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan Analisis Determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, citra merek, promosi penjualan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Berdasarkan analisis determinasi diperoleh hasil (R^2) sebesar 0,129 artinya kontribusi variabel inovasi produk, citra merek dan promosi penjualan terhadap perubahan naik turunnya keputusan pembelian Smartphone Oppo di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya adalah 12,9%, Sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial pribadi dan psikologis.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Citra Merek, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, Untag

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	x
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR	
.....	xvii
i	
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.1.1 Pemasaran	11
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	12

2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.1.3.1 Tahapan Keputusan Pembelian	15
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Produk	18
2.1.4.1 Pengertian Produk	18
2.1.4.2 Siklus Hidup Produk.....	19
2.1.4.3 Inovasi	19
2.1.4.4 Inovasi Produk.....	20
2.1.4.5 Indikator Inovasi Produk	22
2.1.5 Merek.....	22
2.1.5.1 Pengertian Merek	22
2.1.5.2 Peran dari Merek.....	23
2.1.5.3 Tujuan Merek.....	24
2.1.5.4 Fungsi dan Manfaat Merek	25
2.1.5.5 Citra Merek	25
2.1.5.6 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	26
2.1.5.7 Indikator Citra Merek	27
2.1.6 Promosi.....	28
2.1.6.1 Bauran Promosi	29
2.1.6.2 Tujuan Promosi.....	30
2.1.6.3 Promosi Penjualan	30
2.1.6.4 Tujuan Sales Promotion.....	31
2.1.6.5 Indikator Promosi Penjualan.....	31
2.1.7 Hubungan Antar Variabel	32

2.1.7 .1 Hubungan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.1.7.2 Hubungan Citra merek Terhadap Keputusan pembelian	33
2.1.7.3 Hubungan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Konseptual	38
2.4 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.4 Populasi dan Sample.....	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sample	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	43
3.6.1 Definisi Variabel.....	43
3.6.2 Definisi Operasional	45
3.7 Proses Pengolahan Data.....	48
3.8 Metode Analisa Data	48
3.8.1 Uji Validitas	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	49
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisa Data	49
3.9.1 Uji F	49

3.9.2 Uji t	50
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Perusahaan Oppo	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Oppo	52
4.1.2.1 Visi Perusahaan Oppo.....	52
4.1.2.2 Misi Perusahaan Oppo.....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden	53
4.2.1.1 Deskripsi Berdasarkan Usia.....	53
4.2.1.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.1.3 Deskripsi Berdasarkan Fakultas	55
4.2.1.4 Deskripsi Berdasarkan Semester	55
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	56
4.2.2.1 Variabel Inovasi Produk	57
4.2.2.2 Variabel Citra Merek	58
4.2.2.3 Variabel Promosi penjualan.....	59
4.2.2.4 Keputusan Pembelian	60
4.3 Uji Instrumen	61
4.3.1 Uji Validitas	61
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	62
4.4 Analisis Data	63
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.4.2 Koefisien Determinasi R^2	65
4.5 Pengujian Hipotesis.....	65

4.5.1 Uji t	65
4.5.2 Uji F	68
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.7 Implikasi Penelitian	74
4.8 Keterbatasan Penelitian	75
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	38
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Smartphone	6
Tabel 4.1 Usia	54
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3 Fakultas	55
Tabel 4.4 Semester.....	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Rata-Rata Variabel Inovasi Produk.....	57
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Rata-Rata Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Rata-Rata Variabel Promosi Penjualan	59
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian ..	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Responden.....	85
Lampiran 3 Karakteristik Responden	93
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	94
Lampiran 5 Analisa Data.....	99
Lampiran 6 Pengujian Hipotesis	100
Lampiran 7 Tabel r	101
Lampiran 8 Tabel t	105
Lampiran 9 Tabel F	109
Lampiran 10 Hasil Turnitin	112
Lampiran 11 Surat Permohonan Ijin Melakukan Penelitian	113
Lampiran 12 Surat Persetujuan Permohonan Melakukan Penelitian	114
Lampiran 13 Kartu Bimbingan.....	115