

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	10
G. Sistematika Pembahasan	12

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	14
B. Promosi	20
C. Harga	22
D. <i>Brand Ambassador</i>	26
E. Kualitas Produk.....	29
F. Keputusan Pembelian.....	31
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
H. Kerangka Konseptual	39
I. Hipotesis Penelitian.....	42

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
B. Populasi, Sampling dan Sampel.....	44
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	46
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	48
E. Analisis Data	52

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	59
B. Deskripsi Subyek Penelitian.....	81
C. Deskripsi Responden.....	85
D. Deskripsi Variabel.....	87
E. Hasil Analisis Data.....	89

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merk Oppo	98
B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merk Oppo	99
C. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merk Oppo	101
D. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merk Oppo	103
E. Pengaruh Promosi, Harga, <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Merk Oppo	104

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran-Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN