

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu

Responden Terang *Cellular*

Sungailiat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Qaromah

Nim : 302 13 11 076

Prodi : Manajemen

Adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung yang sedang menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, dan *Outdoor Advertising* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Oppo* di Terang *Cellular* Sungailiat”**. Oleh karena itu, mohon bantuan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan. Kerahasiaan Bapak/Ibu dapat saya jamin.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Sungailiat, 04 April 2017

Peneliti



Nurul Qaromah

A. Profil Responden

Berilah tanda *check list* (✓) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Usia : 18 - 25 Tahun 31 – 40 Tahun
 26 – 30 Tahun > 40 Tahun
4. Tingkat Pendidikan :
 SMP D3
 SMA S1

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Sebelum mengisi kuisisioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu tinggal beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

C. Keterangan Jawaban

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. RR : Ragu-Ragu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

a. Variabel Gaya Hidup (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya menggunakan <i>smartphone</i> Oppo lebih dari 5 jam dalam sehari					
2	Penggunaan <i>smartphone</i> Oppo membantu kehidupan sosial saya					
3	Saya tertarik untuk menggunakan <i>smartphone</i> Oppo atas keinginan pribadi					
4	Penggunaan <i>smartphone</i> Oppo tidak hanya untuk media komunikasi dan informasi tetapi untuk media hiburan					
5	Menurut saya perkembangan <i>smartphone</i> Oppo sudah semakin maju					
6	Saya menggunakan <i>smartphone</i> Oppo untuk menunjang penampilan dan <i>trend</i> saat ini					

b. Variabel Inovasi Produk (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
7	Kinerja/ system operasi <i>smartphone</i> Oppo berkualitas tinggi					
8	<i>Smartphone</i> Oppo mampu bersaing dan unggul diantara produk lain					
9	<i>Smartphone</i> Oppo mempunyai fitur ciri khas yaitu <i>camera expert</i> serta <i>system</i> pengisi daya baterai VOOC					
10	<i>Smartphone</i> Oppo memiliki spesifikasi yang lengkap dan canggih					
11	<i>Smartphone</i> Oppo menawarkan keberagaman variasi model yang memunculkan banyak pilihan					
12	<i>Smartphone</i> Oppo memiliki penampilan bentuk yang elegan dan pilihan warna yang menarik					

c. Variabel *Outdoor Advertising* (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
13	Keberagaman jenis media luar ruang <i>smartphone</i> Oppo (<i>billboard, neon box, banner, dll</i>) mampu menjangkau ketertarikan khalayak ramai					
14	Penempatan iklan luar ruang di lokasi yang strategis menarik perhatian pengguna jalan					
15	Pesan yang disampaikan iklan luar ruang <i>smartphone</i> Oppo mampu memperkenalkan keberadaan produk					
16	Penayangan Iklan luar ruang <i>smartphone</i> Oppo yang relative singkat mampu membangkitkan keingintahuan lebih dalam mengenai produk					
17	Tampilan iklan luar ruang melalui ambassador terkenal Oppo (Raisa, Isyana Sarasvati, Reza Rahardian, dll) membuat mudah diingat dan menjadi daya tarik					

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
18	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Oppo berdasarkan desain dan fitur yang menarik					
19	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Oppo berdasarkan keunggulan yang ditawarkan produk					
20	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Oppo berdasarkan popularitas dan kepercayaan merek					
21	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Oppo karena ketersediaan produk dan kenyamanan berbelanja					
22	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Oppo pada saat saya membutuhkannya					
23	Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Oppo pada saat promosi produk					

LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Gaya Hidup (X1)

NO	GH.1	GH.2	GH.3	GH.4	GH.5	GH.6	TOTAL GH (X1)
1.	3	4	5	4	5	5	26
2.	5	4	5	4	5	5	28
3.	5	4	5	4	5	5	28
4.	5	4	5	5	5	5	29
5.	5	4	5	5	5	5	29
6.	5	4	5	5	4	5	28
7.	5	4	5	5	4	5	28
8.	5	4	5	5	4	5	28
9.	5	4	5	5	4	5	28
10.	5	4	5	4	4	5	27
11.	5	4	5	4	4	5	27
12.	5	4	5	4	4	5	27
13.	5	4	4	4	3	5	25
14.	5	4	4	4	3	5	25
15.	5	5	4	4	3	5	26
16.	5	5	4	4	3	5	26
17.	5	5	5	4	4	5	28
18.	4	5	5	4	4	5	27
19.	4	5	5	4	4	5	27
20.	4	5	5	4	4	5	27
21.	4	5	5	4	4	5	27
22.	4	4	5	4	5	4	26
23.	4	4	5	4	5	4	26
24.	4	4	5	4	5	4	26
25.	4	3	5	4	5	4	25

26.	4	3	5	5	5	4	26
27.	4	4	5	5	4	4	26
28.	4	4	5	5	4	4	26
29.	4	4	5	5	4	4	26
30.	4	4	5	5	4	4	26
31.	4	4	5	5	4	4	26
32.	4	4	5	5	4	4	26
33.	4	4	5	5	4	4	26
34.	4	4	5	4	4	4	25
35.	4	4	5	4	3	4	24
36.	4	5	5	4	3	4	25
37.	4	5	5	3	3	4	24
38.	4	4	5	3	4	4	24
39.	3	4	5	3	4	4	23
40.	3	4	5	3	4	4	23
41.	3	4	4	3	4	4	22
42.	3	4	4	3	4	3	21
43.	3	3	4	4	3	3	20
44.	3	3	4	4	3	3	20
45.	3	3	4	4	3	3	20
46.	3	3	4	4	3	3	20
47.	5	4	4	4	3	3	23
48.	5	4	4	4	4	3	24
49.	3	4	3	4	4	3	21
50.	3	4	3	4	4	3	21
51.	3	4	3	4	4	3	21
52.	3	4	3	3	4	3	20
53.	4	4	4	3	4	3	22
54.	4	5	4	3	3	3	22

55.	3	5	4	3	3	4	22
56.	4	5	4	3	3	4	23
57.	4	5	4	4	3	4	24
58.	5	5	4	4	3	3	24
59.	5	5	4	4	3	3	24
60.	4	4	4	4	5	3	24
61.	4	4	4	4	5	3	24
62.	4	4	4	4	5	3	24
63.	4	4	4	5	5	4	26
64.	3	3	4	5	4	4	23
65.	3	3	4	5	4	5	24
66.	3	4	4	5	4	5	25
67.	5	4	4	5	4	5	27
68.	5	4	4	5	4	5	27
69.	5	4	4	5	4	5	27
70.	5	4	4	3	5	5	26
71.	3	4	3	4	5	3	22
72.	3	4	3	4	5	5	24
73.	4	4	3	4	3	4	22
74.	4	4	3	4	3	4	22
75.	4	5	3	4	3	4	23
76.	4	5	3	4	3	4	23
77.	4	5	3	4	3	3	22
78.	4	4	3	4	3	3	21
79.	5	4	4	3	3	3	22
80.	5	4	4	5	4	4	26
81.	5	4	4	3	4	4	24
82.	5	3	4	4	4	4	24
83.	5	3	4	4	4	4	24

84.	5	3	4	4	4	4	24
85.	5	4	4	4	3	3	23
86.	4	4	3	4	3	3	21
87.	4	3	3	3	3	5	21
88.	4	3	3	3	3	5	21
89.	3	3	5	5	5	3	24
90.	5	5	5	5	5	3	28
91.	5	5	5	5	5	3	28
92.	5	5	5	5	5	3	28
93.	5	5	5	5	5	3	28
94.	5	5	5	5	5	5	30
95.	5	5	5	5	4	5	29
96.	5	5	5	5	4	5	29
97.	5	5	5	5	4	5	29
98.	5	5	5	5	4	5	29
99.	5	5	5	5	5	5	30
100.	5	5	5	5	5	5	30
101.	5	5	3	4	5	5	27
102.	5	5	3	4	5	5	27
103.	5	5	5	4	5	5	29
104.	5	5	5	4	5	5	29
105.	5	5	4	4	5	5	28
106.	4	5	4	4	5	5	27
107.	4	5	4	4	5	5	27
108.	4	5	4	4	5	5	27
109.	4	5	4	4	5	5	27
110.	4	4	4	4	4	5	25
111.	4	4	4	4	4	5	25
112.	4	4	4	4	4	5	25

113.	4	4	4	4	4	5	25
114.	4	4	4	4	4	5	25
115.	4	4	4	4	4	5	25
116.	4	4	4	4	3	4	23
117.	4	4	4	4	3	4	23
118.	4	4	4	4	4	4	24
119.	4	4	4	4	4	4	24
120.	4	4	4	4	4	4	24
121.	4	4	4	4	4	4	24
122.	4	4	4	4	4	4	24
123.	4	4	4	3	4	4	23
124.	4	4	4	3	4	4	23
125.	4	4	4	3	4	4	23
126.	4	4	4	3	4	4	23
127.	3	4	4	3	4	4	22
128.	3	4	4	3	4	4	22
129.	3	4	4	3	4	4	22
130.	3	3	4	3	4	4	21
131.	3	3	4	3	4	4	21
132.	3	3	3	3	4	4	20
133.	3	3	3	3	3	4	19
134.	3	3	3	3	3	4	19
135.	5	3	3	3	3	4	21
136.	3	3	3	3	3	5	20
137.	3	3	5	3	3	5	22
138.	3	3	5	3	3	3	20
139.	3	3	3	3	5	5	22
140.	3	3	3	3	3	5	20
141.	4	3	3	3	3	3	19

142.	4	3	5	4	5	3	24
143.	3	4	5	4	5	3	24
144.	3	4	3	4	4	3	21

Inovasi Produk(X2)

NO.	IP.1	IP.2	IP.3	IP.4	IP.5	IP.6	TOTAL IP(X2)
1.	5	4	4	3	5	4	25
2.	5	4	4	3	5	4	25
3.	5	4	4	3	5	4	25
4.	4	4	4	4	5	5	26
5.	4	4	4	4	5	5	26
6.	4	4	4	4	4	5	25
7.	4	4	5	5	4	5	27
8.	4	4	5	5	4	5	27
9.	4	4	5	5	4	5	27
10.	4	4	4	5	4	4	25
11.	4	4	4	5	4	4	25
12.	4	4	4	4	4	4	24
13.	4	4	4	4	4	4	24
14.	4	4	4	4	4	4	24
15.	4	4	4	4	4	4	24
16.	4	4	5	5	4	5	27
17.	4	4	5	5	4	5	27
18.	4	5	5	5	4	5	28
19.	4	5	5	5	4	5	28
20.	4	5	5	5	4	5	28
21.	4	5	5	5	5	5	29
22.	5	5	4	5	5	4	28

23.	5	5	4	4	5	4	27
24.	5	5	4	4	5	4	27
25.	5	4	4	5	5	4	27
26.	4	4	4	5	4	4	25
27.	4	4	4	5	4	3	24
28.	4	4	4	4	4	3	23
29.	4	4	4	4	4	3	23
30.	4	4	4	4	4	3	23
31.	4	4	4	5	4	4	25
32.	4	4	4	5	4	4	25
33.	4	5	4	5	4	4	26
34.	4	5	4	5	4	4	26
35.	4	5	4	4	4	4	25
36.	5	5	4	4	4	4	26
37.	5	4	4	4	4	4	25
38.	5	4	4	3	3	4	23
39.	5	4	4	3	3	4	23
40.	5	4	4	3	3	5	24
41.	4	4	4	3	4	5	24
42.	4	3	4	3	4	5	23
43.	4	3	4	4	4	5	24
44.	4	3	4	4	4	5	24
45.	4	3	4	4	4	5	24
46.	4	3	4	3	4	5	23
47.	3	4	4	3	4	4	22
48.	3	4	4	3	4	4	22
49.	3	4	4	3	4	4	22
50.	3	5	3	4	4	4	23

51.	3	5	3	4	4	3	22
52.	5	5	3	4	4	3	24
53.	5	5	3	4	4	3	24
54.	3	3	4	4	4	3	21
55.	3	5	4	4	3	4	23
56.	3	3	4	4	3	4	21
57.	3	3	4	4	3	4	21
58.	3	4	4	4	3	4	22
59.	3	4	4	3	4	4	22
60.	3	4	5	3	4	3	22
61.	3	4	5	3	4	3	22
62.	4	4	5	3	4	3	23
63.	4	3	4	3	3	5	22
64.	4	3	4	4	3	5	23
65.	4	3	4	4	3	5	23
66.	3	3	5	4	3	5	23
67.	3	3	5	4	4	3	22
68.	3	4	5	3	4	3	22
69.	3	4	3	3	4	3	20
70.	3	4	3	3	4	4	21
71.	4	4	3	3	4	4	22
72.	4	3	3	4	5	4	23
73.	4	3	3	4	5	4	23
74.	4	3	5	4	3	4	23
75.	4	3	5	4	3	4	23
76.	4	3	5	4	3	4	23
77.	4	4	5	3	3	4	23
78.	3	4	4	3	4	5	23

79.	3	4	4	3	4	5	23
80.	3	4	4	3	4	5	23
81.	3	5	4	3	4	4	23
82.	3	5	3	4	4	4	23
83.	3	5	3	4	4	4	23
84.	4	3	3	4	3	4	21
85.	4	3	3	4	3	4	21
86.	4	3	3	4	3	4	21
87.	4	4	3	4	3	3	21
88.	4	4	4	4	3	3	22
89.	4	5	5	4	5	3	26
90.	4	5	5	5	3	5	27
91.	5	5	5	5	5	5	30
92.	5	5	5	5	5	5	30
93.	5	5	5	5	5	5	30
94.	5	5	5	4	3	5	27
95.	5	5	5	5	5	4	29
96.	5	5	5	5	5	5	30
97.	5	5	5	5	4	5	29
98.	5	5	5	5	4	5	29
99.	5	5	5	5	5	4	29
100.	5	5	5	5	5	4	29
101.	5	5	5	4	5	5	29
102.	5	5	5	5	5	5	30
103.	5	5	5	5	5	5	30
104.	5	5	5	5	5	5	30
105.	5	5	5	5	4	5	29
106.	5	5	5	4	5	5	29

107.	5	5	5	4	5	4	28
108.	5	5	4	4	5	5	28
109.	5	5	4	4	5	5	28
110.	5	5	4	5	5	5	29
111.	5	5	4	4	5	4	27
112.	5	4	4	4	5	4	26
113.	4	4	4	4	5	4	25
114.	4	4	4	5	5	5	27
115.	4	4	4	4	4	4	24
116.	4	4	4	3	4	4	23
117.	4	4	4	3	5	5	25
118.	4	4	4	4	4	4	24
119.	4	4	4	4	4	4	24
120.	4	4	4	4	5	4	25
121.	4	4	4	4	5	5	26
122.	4	4	4	4	4	5	25
123.	4	4	5	3	4	4	24
124.	4	4	4	4	4	4	24
125.	4	4	4	4	4	4	24
126.	4	4	4	4	4	4	24
127.	4	4	4	4	4	4	24
128.	4	4	4	3	4	4	23
129.	4	4	4	4	4	4	24
130.	4	4	4	4	4	4	24
131.	5	4	4	4	4	4	25
132.	5	4	3	3	4	5	24
133.	5	4	3	3	4	4	23
134.	4	4	3	4	4	4	23

135.	4	4	3	3	4	4	22
136.	4	4	3	3	4	4	22
137.	4	5	3	3	4	3	22
138.	4	5	3	3	4	3	22
139.	4	5	3	3	3	5	23
140.	4	4	3	4	5	3	23
141.	4	3	3	3	5	4	22
142.	5	3	5	4	5	4	26
143.	4	3	5	5	3	3	23
144.	4	4	5	4	3	3	23

Outdoor Advertising(X3)

NO.	OA.1	OA.2	OA.3	OA.4	OA.5	TOTAL OA (X3)
1.	5	5	4	3	4	21
2.	5	5	5	5	5	25
3.	5	5	5	5	5	25
4.	5	5	5	5	5	25
5.	5	5	5	5	5	25
6.	5	5	4	5	4	23
7.	5	5	5	5	5	25
8.	5	5	5	5	5	25
9.	5	5	5	4	5	24
10.	5	5	5	4	5	24
11.	5	5	5	5	5	25
12.	5	5	5	5	5	25
13.	5	5	4	5	4	23
14.	5	5	5	5	5	25

15.	5	5	5	5	5	25
16.	5	5	5	5	5	25
17.	5	5	5	5	5	25
18.	5	5	4	4	4	22
19.	5	5	4	5	4	24
20.	5	4	4	5	4	22
21.	5	4	4	5	4	22
22.	5	4	4	5	4	22
23.	5	4	4	3	4	20
24.	4	4	4	5	4	21
25.	4	4	4	4	4	20
26.	4	4	5	4	5	22
27.	4	4	4	4	5	21
28.	4	4	3	4	5	20
29.	4	4	3	4	4	19
30.	4	4	4	4	4	20
31.	4	4	4	4	4	20
32.	4	4	4	4	4	20
33.	4	4	4	4	4	20
34.	4	4	4	5	4	21
35.	4	5	5	4	5	23
36.	4	4	4	4	4	20
37.	4	4	4	4	4	20
38.	4	4	4	4	4	20
39.	4	4	4	4	4	20
40.	4	4	3	4	4	19
41.	4	4	4	4	4	20
42.	4	4	4	5	4	21

43.	4	4	4	3	4	19
44.	4	3	3	3	3	16
45.	4	3	3	5	3	18
46.	4	3	4	3	4	18
47.	4	3	3	3	3	16
48.	4	3	3	3	3	16
49.	4	3	3	3	5	18
50.	3	3	3	3	3	15
51.	3	3	3	3	3	15
52.	3	3	3	3	3	15
53.	3	3	3	3	3	15
54.	3	5	4	3	3	18
55.	3	4	5	4	5	21
56.	3	4	5	5	4	21
57.	5	4	5	5	4	23
58.	5	4	5	5	4	23
59.	5	4	5	5	3	22
60.	5	4	4	3	3	19
61.	5	4	4	3	3	19
62.	4	5	4	3	4	20
63.	4	5	4	3	4	20
64.	4	5	4	4	4	21
65.	4	5	5	4	4	22
66.	4	5	5	4	4	22
67.	4	5	5	4	4	22
68.	5	3	5	4	4	21
69.	5	3	5	4	4	21
70.	5	3	5	5	4	22

71.	4	3	5	5	4	21
72.	4	4	3	5	4	20
73.	4	4	3	5	4	20
74.	4	4	3	5	4	20
75.	4	4	4	3	4	19
76.	3	5	4	3	4	19
77.	3	5	4	3	4	19
78.	3	5	4	3	5	20
79.	5	5	4	3	5	22
80.	5	5	5	4	5	24
81.	5	5	5	4	5	24
82.	4	5	5	4	5	23
83.	4	5	5	5	5	24
84.	4	3	5	5	5	22
85.	4	3	4	5	4	20
86.	4	3	4	5	4	20
87.	4	3	4	5	4	20
88.	4	4	4	4	4	20
89.	4	5	3	4	5	21
90.	5	5	5	4	2	21
91.	5	5	4	5	5	24
92.	3	5	5	5	5	23
93.	5	5	5	5	5	25
94.	5	5	5	5	3	23
95.	5	5	5	5	5	25
96.	4	5	5	5	5	24
97.	5	4	5	4	4	22
98.	4	5	3	4	4	20

99.	5	5	3	4	5	22
100.	5	5	4	5	5	24
101.	3	5	5	5	5	23
102.	5	5	5	5	5	25
103.	5	5	5	5	5	25
104.	5	5	5	5	5	25
105.	4	5	5	5	4	23
106.	5	4	5	4	5	23
107.	5	5	5	5	5	25
108.	5	5	3	5	5	23
109.	4	5	5	5	5	24
110.	5	5	5	5	5	25
111.	5	5	5	5	5	25
112.	5	5	5	5	5	25
113.	5	5	4	5	5	24
114.	5	5	5	5	5	25
115.	5	5	5	5	4	24
116.	4	5	5	5	4	23
117.	4	5	5	4	5	23
118.	5	5	5	5	4	24
119.	3	4	5	5	4	21
120.	4	4	5	5	5	23
121.	5	4	5	5	5	24
122.	4	4	5	4	4	21
123.	5	4	5	4	4	22
124.	3	4	5	4	4	20
125.	4	3	4	4	4	19
126.	3	4	4	4	4	19

127.	4	4	4	4	4	20
128.	4	4	4	4	4	20
129.	3	4	4	4	4	19
130.	3	4	4	4	4	19
131.	4	4	4	4	4	20
132.	4	4	4	4	4	20
133.	4	4	4	4	4	20
134.	4	4	4	4	4	20
135.	3	4	4	4	4	19
136.	4	4	3	4	4	19
137.	4	4	4	4	4	20
138.	3	4	4	4	4	19
139.	3	4	4	4	3	18
140.	3	4	4	5	5	21
141.	4	4	3	5	5	21
142.	3	3	4	4	5	19
143.	3	3	4	4	3	17
144.	4	3	4	4	3	18

Keputusan Pembelian(Y)

NO.	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6	TOTAL KP (Y)
1.	3	5	4	5	5	4	26
2.	5	2	5	5	5	4	26
3.	5	5	5	5	5	5	30
4.	5	5	2	5	5	5	27
5.	5	5	5	3	5	5	28
6.	5	5	5	5	5	5	30
7.	5	5	5	5	5	5	30

8.	5	3	5	5	5	5	28
9.	5	5	5	5	5	5	30
10.	3	5	5	5	5	4	27
11.	5	5	4	5	3	5	27
12.	5	3	5	4	5	5	27
13.	5	2	5	5	5	5	27
14.	5	5	5	5	4	4	28
15.	5	5	5	5	4	4	28
16.	5	5	5	5	4	4	28
17.	5	5	5	5	4	4	28
18.	5	5	4	5	5	5	29
19.	5	5	5	3	5	5	27
20.	5	5	5	5	5	5	30
21.	5	5	5	5	5	2	27
22.	5	5	5	4	5	5	29
23.	5	4	5	4	5	5	28
24.	5	4	5	4	5	5	28
25.	5	4	5	4	5	4	27
26.	5	4	5	4	5	4	27
27.	4	4	4	4	5	4	25
28.	4	4	4	4	4	4	24
29.	4	5	4	4	4	4	25
30.	4	4	4	4	4	4	24
31.	4	4	4	4	4	4	24
32.	5	4	4	4	4	4	25
33.	5	5	4	4	4	4	26
34.	5	5	4	4	4	4	26
35.	5	4	4	5	4	5	27
36.	5	4	4	4	4	4	25

37.	5	4	4	4	4	4	25
38.	5	4	5	4	4	4	26
39.	5	4	3	4	4	4	24
40.	4	4	3	4	4	4	23
41.	5	4	3	4	4	4	24
42.	5	4	5	4	4	4	26
43.	5	4	3	4	4	4	24
44.	4	4	3	4	4	4	23
45.	2	4	3	3	4	4	20
46.	5	4	5	3	4	4	25
47.	5	4	3	3	4	4	23
48.	5	4	3	3	3	4	22
49.	5	3	3	3	3	4	21
50.	5	3	3	3	3	4	21
51.	5	3	3	3	3	4	21
52.	5	3	3	3	3	4	21
53.	5	3	3	3	3	4	21
54.	5	3	3	5	4	4	24
55.	5	3	5	5	3	4	25
56.	4	3	4	3	3	4	21
57.	4	3	4	3	3	5	22
58.	4	4	4	3	3	4	22
59.	4	4	4	3	4	3	22
60.	4	4	5	3	4	3	23
61.	4	4	5	3	4	3	23
62.	4	4	2	3	4	3	20
63.	5	3	5	3	4	5	25
64.	5	3	5	4	4	5	26
65.	5	3	5	4	4	5	26

66.	4	3	5	4	4	5	25
67.	4	3	5	4	4	5	25
68.	4	4	5	4	4	5	26
69.	4	4	4	4	4	5	25
70.	4	4	4	4	4	4	24
71.	5	4	4	5	4	4	26
72.	4	3	4	4	4	4	23
73.	4	3	4	4	4	4	23
74.	4	3	5	4	4	4	24
75.	5	3	5	4	4	4	25
76.	5	3	5	4	4	4	25
77.	5	3	5	3	4	4	24
78.	5	4	4	3	4	5	25
79.	5	4	4	3	4	5	25
80.	3	4	4	3	4	5	23
81.	5	4	4	3	4	4	24
82.	5	4	5	4	4	4	26
83.	5	4	5	4	2	4	24
84.	4	4	5	4	5	4	26
85.	4	4	5	4	5	4	26
86.	4	4	5	4	2	4	23
87.	4	4	5	4	5	4	26
88.	5	4	4	4	5	4	26
89.	5	3	4	5	3	4	24
90.	5	5	4	5	5	4	28
91.	5	5	4	5	4	5	28
92.	5	5	5	5	5	5	30
93.	5	4	5	5	5	5	29
94.	3	5	5	5	5	5	28

95.	5	4	5	5	5	5	29
96.	5	5	5	5	5	5	30
97.	5	3	5	4	5	4	26
98.	5	5	5	5	5	5	30
99.	4	4	5	5	4	5	27
100.	4	4	5	5	4	5	27
101.	5	5	5	5	4	5	29
102.	5	5	5	5	5	5	30
103.	5	5	5	5	4	5	29
104.	5	5	5	5	4	5	29
105.	5	5	2	5	5	5	27
106.	5	5	5	5	5	5	30
107.	5	2	4	5	5	5	26
108.	5	5	4	5	5	4	28
109.	5	5	5	5	5	5	30
110.	4	5	3	4	5	5	26
111.	4	4	5	4	5	5	27
112.	4	4	5	4	5	5	27
113.	4	4	5	4	5	4	26
114.	5	5	5	4	5	4	28
115.	5	4	3	4	5	4	25
116.	5	4	3	5	4	4	25
117.	5	5	3	4	4	4	25
118.	3	4	4	4	4	5	24
119.	5	4	4	4	4	4	25
120.	5	4	5	4	4	4	26
121.	4	5	3	4	4	4	24
122.	4	5	4	4	4	4	25
123.	5	4	4	4	4	4	25

124.	4	4	4	5	4	4	25
125.	5	4	4	4	4	4	25
126.	5	4	3	4	4	4	24
127.	5	4	5	4	5	4	27
128.	5	4	3	4	4	5	25
129.	5	4	3	4	4	4	24
130.	5	4	3	4	4	4	24
131.	5	4	3	4	4	5	25
132.	4	3	5	4	5	5	26
133.	4	4	3	3	4	4	22
134.	4	4	3	3	4	2	20
135.	5	4	4	3	4	4	24
136.	5	4	3	3	5	4	24
137.	5	3	3	3	3	4	21
138.	3	3	3	5	3	4	21
139.	3	5	3	4	3	4	22
140.	5	3	4	3	3	5	23
141.	3	4	4	3	5	4	23
142.	3	4	3	5	4	4	23
143.	5	3	3	5	3	4	23
144.	5	3	5	3	3	5	24

LAMPIRAN 3

KARAKTERISTIK PROFIL RESPONDEN

Berdasarkan Jenis kelamin

JENISKELAMIN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PEREMPUAN	82	56,9	56,9	56,9
LAKI-LAKI	62	43,1	43,1	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Berdasarkan Usia

USIA				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-25	48	33,3	33,3	33,3
26-30	40	27,8	27,8	61,1
31-40	30	20,8	20,8	81,9
>40	26	18,1	18,1	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Berdasarkan Tingkat Pendidikan

PENDIDIKAN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	52	36,1	36,1	36,1
SMA	44	30,6	30,6	66,7
D3	30	20,8	20,8	87,5
S1	18	12,5	12,5	100,0
Total	144	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4

HASIL UJI DESKRIPTIF

GAYA HIDUP (X1)

GYH.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	35	24.3	24.3	24.3
S	61	42.4	42.4	66.7
SS	48	33.3	33.3	100.0
Total	144	100.0	100.0	

GYH.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	27	18.8	18.8	18.8
S	79	54.9	54.9	73.6
SS	38	26.4	26.4	100.0
Total	144	100.0	100.0	

GYH.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	26	18.1	18.1	18.1
S	64	44.4	44.4	62.5
SS	54	37.5	37.5	100.0
Total	144	100.0	100.0	

GYH.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	35	24.3	24.3	24.3
S	75	52.1	52.1	76.4
SS	34	23.6	23.6	100.0
Total	144	100.0	100.0	

GYH.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	39	27.1	27.1	27.1
S	68	47.2	47.2	74.3
SS	37	25.7	25.7	100.0
Total	144	100.0	100.0	

GYH.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	34	23.6	23.6	23.6
S	54	37.5	37.5	61.1
SS	56	38.9	38.9	100.0
Total	144	100.0	100.0	

INOVASI PRODUK (X2)**INP.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	24	16.7	16.7	16.7
S	80	55.6	55.6	72.2
SS	40	27.8	27.8	100.0
Total	144	100.0	100.0	

INP.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	24	16.7	16.7	16.7
S	75	52.1	52.1	68.8
SS	45	31.3	31.3	100.0
Total	144	100.0	100.0	

INP.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	17.4	17.4	17.4
	S	77	53.5	53.5	70.8
	SS	42	29.2	29.2	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

INP.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	38	26.4	26.4	26.4
	S	70	48.6	48.6	75.0
	SS	36	25.0	25.0	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

INP.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	17.4	17.4	17.4
	S	80	55.6	55.6	72.9
	SS	39	27.1	27.1	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

INP.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	22	15.3	15.3	15.3
	S	73	50.7	50.7	66.0
	SS	49	34.0	34.0	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

OUTDOOR ADVERTISING (X3)

OAD.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	23	16.0	16.0	16.0
S	64	44.4	44.4	60.4
SS	57	39.6	39.6	100.0
Total	144	100.0	100.0	

OAD.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	22	15.3	15.3	15.3
S	59	41.0	41.0	56.3
SS	63	43.8	43.8	100.0
Total	144	100.0	100.0	

OAD.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	21	14.6	14.6	14.6
S	61	42.4	42.4	56.9
SS	62	43.1	43.1	100.0
Total	144	100.0	100.0	

OAD.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	22	15.3	15.3	15.3
S	58	40.3	40.3	55.6
SS	64	44.4	44.4	100.0
Total	144	100.0	100.0	

OAD.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.7	.7	.7
	N	16	11.1	11.1	11.8
	S	73	50.7	50.7	62.5
	SS	54	37.5	37.5	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**KPB.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.7	.7	.7
	N	9	6.3	6.3	6.9
	S	38	26.4	26.4	33.3
	SS	96	66.7	66.7	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

KPB.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	2.1	2.1	2.1
	N	30	20.8	20.8	22.9
	S	70	48.6	48.6	71.5
	SS	41	28.5	28.5	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

KPB.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	2.1	2.1	2.1
	N	32	22.2	22.2	24.3
	S	42	29.2	29.2	53.5
	SS	67	46.5	46.5	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

KPB.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	32	22.2	22.2	22.2
	S	65	45.1	45.1	67.4
	SS	47	32.6	32.6	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

KPB.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.4	1.4	1.4
	N	18	12.5	12.5	13.9
	S	74	51.4	51.4	65.3
	SS	50	34.7	34.7	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

KPB.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.4	1.4	1.4
	N	4	2.8	2.8	4.2
	S	84	58.3	58.3	62.5
	SS	54	37.5	37.5	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5

HASIL UJI VALIDITAS

GAYA HIDUP (X1)

Correlations

	GH.1	GH.2	GH.3	GH.4	GH.5	GH.6	TTGH
GH.1 Pearson Correlation	1	,442**	,326**	,427**	,154	,309**	,703**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,064	,000	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
GH.2 Pearson Correlation	,442**	1	,244**	,257**	,174*	,192*	,593**
Sig. (2-tailed)	,000		,003	,002	,037	,021	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
GH.3 Pearson Correlation	,326**	,244**	1	,435**	,364**	,208*	,675**
Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000	,012	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
GH.4 Pearson Correlation	,427**	,257**	,435**	1	,345**	,170*	,685**
Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000	,041	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
GH.5 Pearson Correlation	,154	,174*	,364**	,345**	1	,189*	,585**
Sig. (2-tailed)	,064	,037	,000	,000		,024	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
GH.6 Pearson Correlation	,309**	,192*	,208*	,170*	,189*	1	,561**
Sig. (2-tailed)	,000	,021	,012	,041	,024		,000
N	144	144	144	144	144	144	144
TTGH Pearson Correlation	,703**	,593**	,675**	,685**	,585**	,561**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	144	144	144	144	144	144	144

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

INOVASI PRODUK (X2)

Correlations

	IP.1	IP.2	IP.3	IP.4	IP.5	IP.6	TTIP
1 Pearson Correlation	1	,354**	,206*	,313**	,408**	,250**	,676**
1 Sig. (2-tailed)		,000	,013	,000	,000	,003	,000
1 N	144	144	144	144	144	144	144
2 Pearson Correlation	,354**	1	,161	,305**	,388**	,092	,619**
2 Sig. (2-tailed)	,000		,054	,000	,000	,273	,000
2 N	144	144	144	144	144	144	144
3 Pearson Correlation	,206*	,161	1	,422**	,099	,287**	,589**
3 Sig. (2-tailed)	,013	,054		,000	,236	,000	,000
3 N	144	144	144	144	144	144	144
4 Pearson Correlation	,313**	,305**	,422**	1	,209*	,234**	,681**
4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,012	,005	,000
4 N	144	144	144	144	144	144	144
5 Pearson Correlation	,408**	,388**	,099	,209*	1	,146	,600**
5 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,236	,012		,081	,000
5 N	144	144	144	144	144	144	144
6 Pearson Correlation	,250**	,092	,287**	,234**	,146	1	,542**
6 Sig. (2-tailed)	,003	,273	,000	,005	,081		,000
6 N	144	144	144	144	144	144	144
7 Pearson Correlation	,676**	,619**	,589**	,681**	,600**	,542**	1
7 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
7 N	144	144	144	144	144	144	144

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

OUTDOOR ADVERTISING (X3)

Correlations

	OA.1	OA.2	OA.3	OA.4	OA.5	TTOA
OA.1 Pearson Correlation	1	,390**	,367**	,385**	,300**	,684**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
N	144	144	144	144	144	144
OA.2 Pearson Correlation	,390**	1	,433**	,286**	,503**	,730**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
N	144	144	144	144	144	144
OA.3 Pearson Correlation	,367**	,433**	1	,442**	,408**	,736**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
N	144	144	144	144	144	144
OA.4 Pearson Correlation	,385**	,286**	,442**	1	,426**	,711**
Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
N	144	144	144	144	144	144
OA.5 Pearson Correlation	,300**	,503**	,408**	,426**	1	,725**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
N	144	144	144	144	144	144
TTOA Pearson Correlation	,684**	,730**	,736**	,711**	,725**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	144	144	144	144	144	144

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Correlations

	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6	TTKP
Pearson Correlation	1	,001	,113	,136	,054	,143	,383**
Sig. (2-tailed)		,993	,178	,105	,521	,088	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
Pearson Correlation	,001	1	,064	,331**	,340**	,083	,537**
Sig. (2-tailed)	,993		,444	,000	,000	,323	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
Pearson Correlation	,113	,064	1	,255**	,329**	,282**	,625**
Sig. (2-tailed)	,178	,444		,002	,000	,001	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
Pearson Correlation	,136	,331**	,255**	1	,353**	,289**	,691**
Sig. (2-tailed)	,105	,000	,002		,000	,000	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
Pearson Correlation	,054	,340**	,329**	,353**	1	,250**	,673**
Sig. (2-tailed)	,521	,000	,000	,000		,002	,000
N	144	144	144	144	144	144	144
Pearson Correlation	,143	,083	,282**	,289**	,250**	1	,551**
Sig. (2-tailed)	,088	,323	,001	,000	,002		,000
N	144	144	144	144	144	144	144
Pearson Correlation	,383**	,537**	,625**	,691**	,673**	,551**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	144	144	144	144	144	144	144

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

HASIL UJI REABILITAS

Gaya Hidup (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,700	6

Inovasi Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,676	6

Outdoor Advertising(X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,764	5

Keputusan Pembelian (Y)

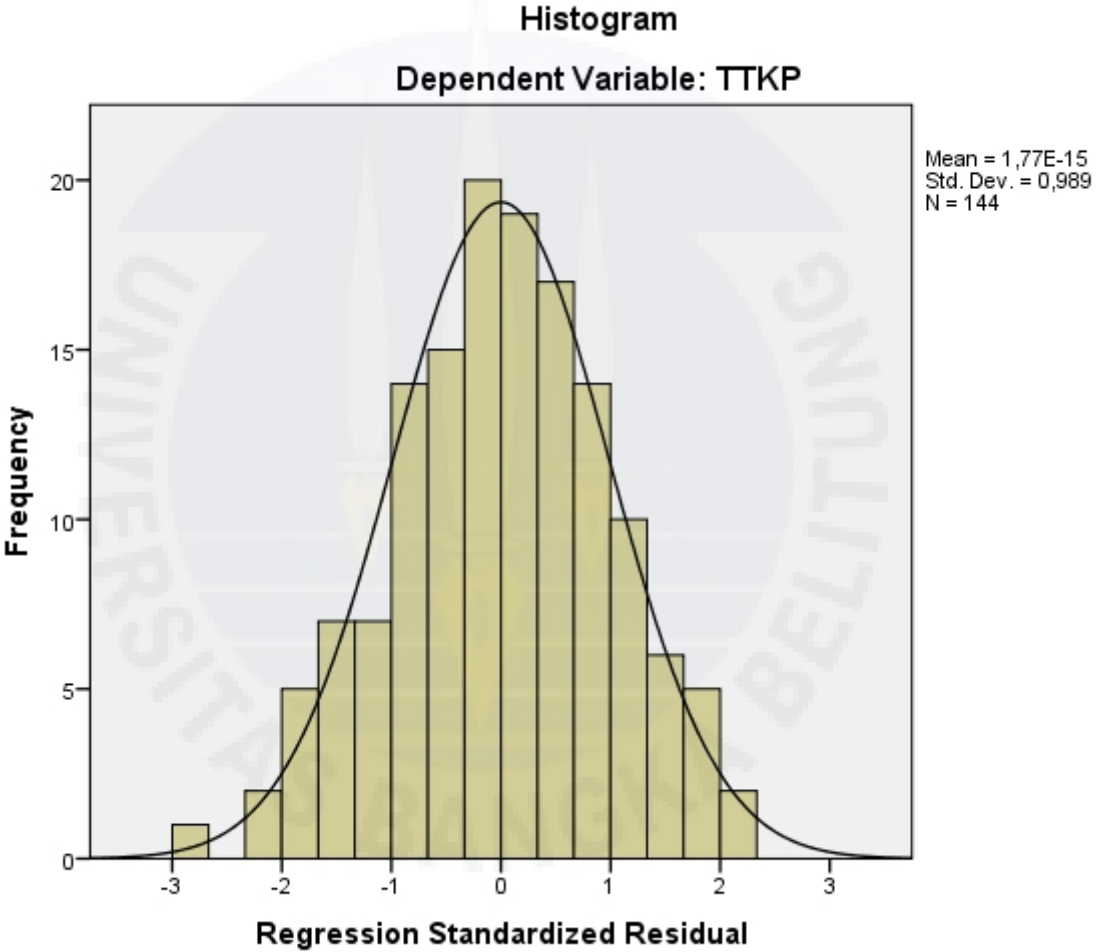
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,602	6

LAMPIRAN 7

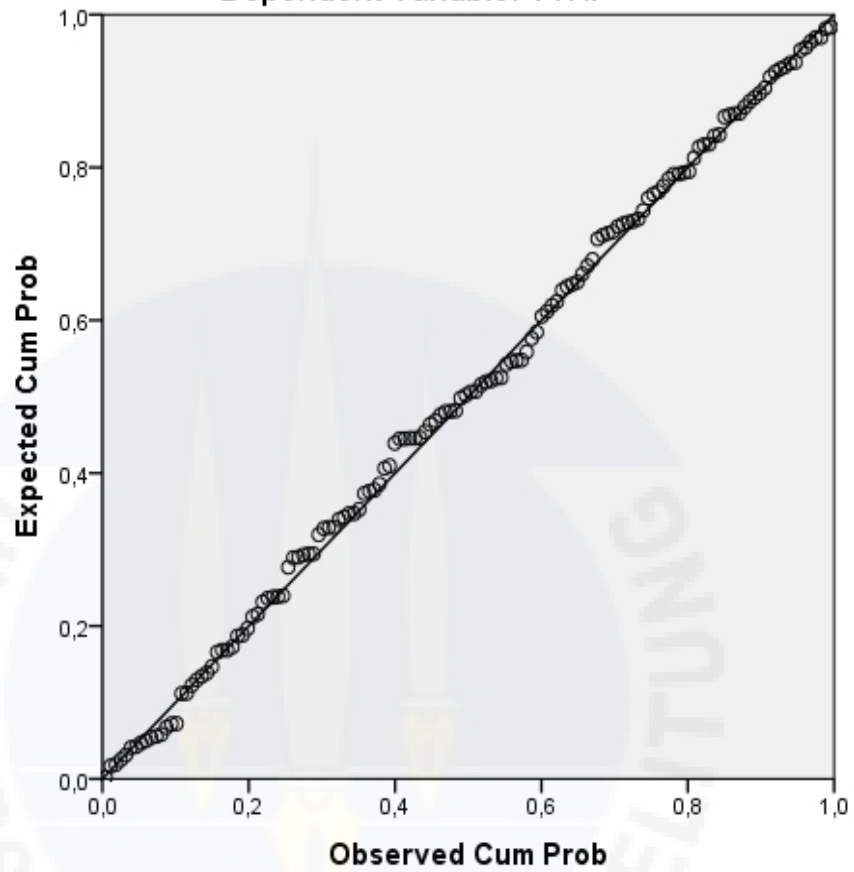
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

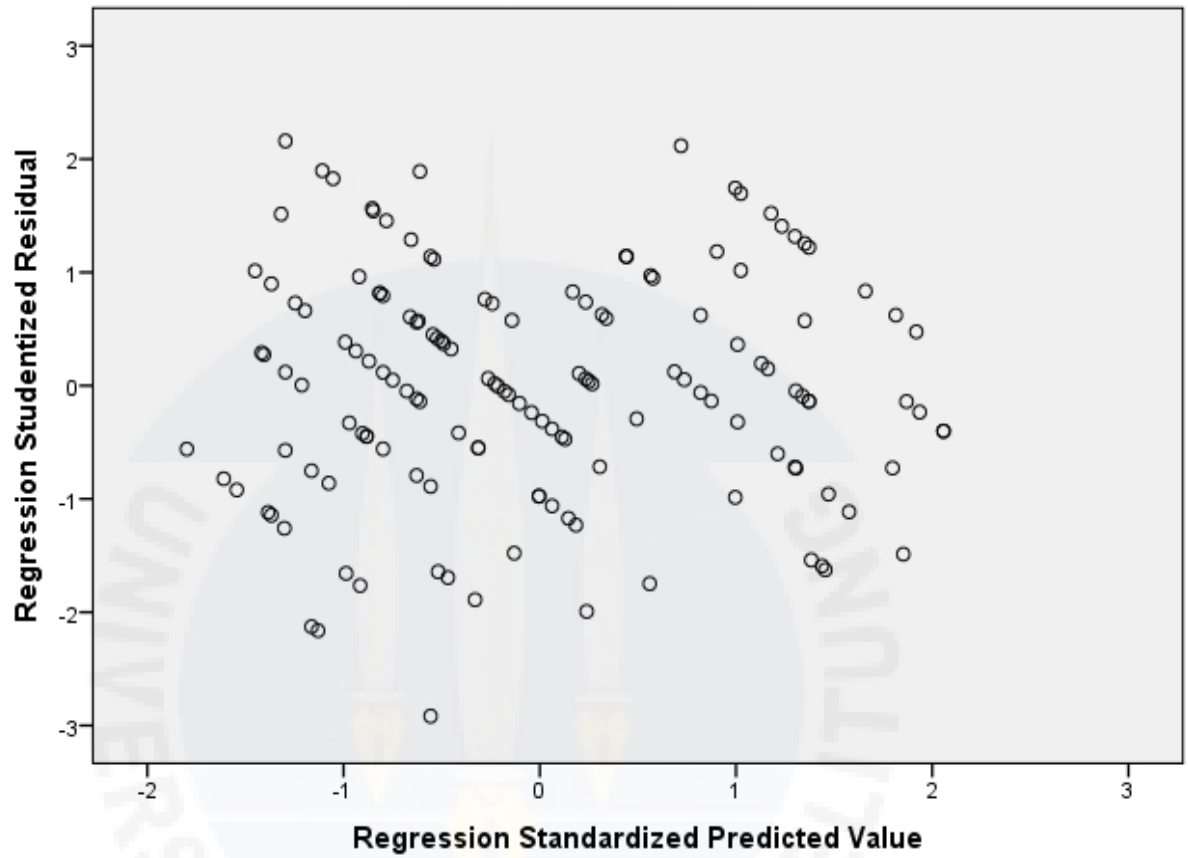
Dependent Variable: TTKP



UJI HETEROKEDASITAS

Scatterplot

Dependent Variable: TTKP



LAMPIRAN 8

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA, UJI T, UJI F, DAN R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,807 ^a	,652	,645	1,489	1,865

a. Predictors: (Constant), TTOA, TTIP, TTGH

b. Dependent Variable: TTKP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	581,227	3	193,742	87,437	,000 ^b
	Residual	310,211	140	2,216		
	Total	891,438	143			

a. Dependent Variable: TTKP

b. Predictors: (Constant), TTOA, TTIP, TTGH

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,157	1,327		3,131	,002		
TTGH	,245	,070	,270	3,494	,001	,416	2,403
TTIP	,379	,068	,382	5,578	,000	,529	1,890
TTOA	,278	,066	,283	4,244	,000	,560	1,785

a. Dependent Variable: TTKP



TERANG CELLULAR

Jenderal Sudirman Ruko Puncak No. 3 & 4 Sungailiat-
Bangka, Telp. (0717)434399, Hp. 0859-2753-0242

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yanto/Achun

Jabatan : Pemilik Usaha

Alamat : Sungailiat

Menerangkan bahwa saudara/i :

Nama : Nurul Qaromah

Nim : 3021311076

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan benar telah melaksanakan penelitian dan pengambilan data di tempat usaha kami untuk penyelesaian tugas akhir skripsi dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, dan *Outdoor Advertising* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo di *Terang Cellular* Sungailiat".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya oleh yang bersangkutan.

Sungailiat, 02 Februari 2017

Yanto

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

UPT BAHASA

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah I Balunijuk,
Kec. Merawang Kab. Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172
Telepon (0717) 4260035, Faksimile (0717) 421303
Laman www.ubb.ac.id

ABSTRACT

Qaromah. 302 13 11 076. "The influence of Life Style, Product Innovation and Outdoor Advertising on Purchasing Decision of Oppo Smartphone at Terang Cellular Sungailiat".

The background of this research is based on the existing phenomenon that shows life style, product innovation and outdoor advertising can influence purchasing decision. The purpose of this research is to review and to analyze the influence of life style, product innovation and outdoor advertising on purchasing decision of Oppo Smartphone at Terang Cellular Sungailiat. This is descriptive quantitative research with a total sample of 144 respondents, the sampling method used accidental sampling. The dependent variables of this research consisted of life style, product innovation and outdoor advertising, while the independent variable was purchasing decision. The research instrument used validity test and reliability test, while data analyzing method used multiple linear regression with t test, F test and coefficient of determination analysis. The result of independent variables test: variable X_1 $t_{value} (3.494) \geq t_{table} (1.977)$, variable X_2 $t_{value} (5.578) \geq t_{table} (1.977)$, variable X_3 $t_{value} (4.44) \geq t_{table} (1.977)$. Then variable X_1 partially influence on Y, variable X_2 partially influence on Y, and variable X_3 partially influence on Y. The result of F test indicates that $F_{value} (87.437) \geq F_{table} (2.67)$, while the significance level $0.00 \leq Cronbach\ alpha$ on the significance level of 0.05, thus H_0 is denied and H_a is accepted which means simultaneously independent variables influence dependent variable significantly. The result of coefficient of determination analysis shows that independent variable influence dependent variable in the amount of 65.2% and the remaining of 34.8% is influenced by other variable out of the research.

Keywords: Life Style, Product Innovation, Outdoor Advertising and Purchasing Decision

Head of UPT Bahasa



Riwan Kusmiadi, S.T.P., M.Si.

Translator



Maya Susilawati, S.Pd.

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nurul Qaromah
Tempat, Tanggal Lahir : Sungailiat, 01 Februari 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Pendidikan Terakhir : S1 (Sarjana Ekonomi)
Alamat : Jln. Merawang Sinkai Atas , RT/RW 002/002, Kel. Merawang, Kec. Merawang, Kota Sungailiat, Bangka Belitung.
Telp/HP : 0821-8370-9012
E-mail : nurulqaromah453@gmail.com

Pendidikan Formal

- a. 2013-2017 : UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
(Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen)
- b. 2010-2013 : SMK Negeri 1 Sungailiat
- c. 2007-2010 : SMP Negeri 4 Sungailiat
- d. 2001-2007 : SD Negeri 12 Merawang



KARTU PEMBIMBING SKRIPSI



Nama : Nurul Qaromah
 NIM : 3021311076
 Jurusan : Manajemen
 Angkatan : 2013
 Konsentrasi Studi : Manajemen Pemasaran
 Semester : VIII
 Judul Proposal / Skripsi :

IPK : 3,49
 Nama Pembimbing : Khairi Yansyah, S.E., M.
 Mulai Skripsi : Oktober 2016

Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, dan Outdoor Advertising
 Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo
 di Teranga Cellular Sungailiat

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
25/10	Konsep Judul	A
26/10	Acc judul	A
31 Mar 2017	Review Awal	A
3 Apr 2017	Review II/III	A
3 Apr 2017	Review Akhir	A
4 Apr 2017	Acc seminar proposal -	A



KARTU PEMBIMBING SKRIPSI



Nama : Nurul Qaromah
 NIM : 3021311076
 Jurusan : Manajemen
 Angkatan : 2013
 Konsentrasi Studi : Manajemen Pemasaran
 Semester : VIII
 Judul Proposal / Skripsi :

IPK : 3,49
 Nama Pembimbing : Dian Pritharadini W., S.E., M.
 Mulai Skripsi : Oktober 2016

Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, dan Outdoor Advertising
 Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo
 di Teranga Cellular Sungailiat

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
26/10-16	Konsep Judul	A
27/10-16	Acc Judul	A
25/01-17	Revisi Prosurvei	A
01/02-17	Acc Bab 1, lanjut Bab 2 & 3	A
10/02-17	Revisi → II & III	A
03/03-17	Revisi → penulisan; Daftar Pustaka → Kajian	A

No	Tanggal	Keterangan	Peml
7	7 Juli 2017	Review Awal	A
8	10 Juli 2017	Review BAB IV, V	A
9	17 Juli 2017	Kelengkapan Berkas	A
10	19 Juli 2017	ACC Sidang	A
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			

Catatan :

No	Tanggal	Keterangan	Peml
7	27/03/17	Review → Pendirian → DPS I	d
8	05/07 2017	Review IV, V	S
9	07/07 2017	ACC	U
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			

LAMPIRAN
DOKUMEN



LAMPIRAN 13

DOKUMENTASI FOTO







KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Terpadu Universitas Bangka Belitung
Balunijuk, Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung
Telepon (0717) 4260030, 4260031
Laman www.ubb.ac.id

KARTU REVISI
SIDANG SKRIPSI & UJIAN KOMPREHENSIF

Nama Mahasiswa : Nurul Aromah
NIM : 302 13 11 076
Jurusan : Mng
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan Outdoor Advertising terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Terang Cellular Surgailiat
Hari / Tanggal : Jumat / 04 Agustus 2017

NAMA DOSEN PENGUJI	REVISI / SARAN	PARAF
1. Dian P.W		Sebelum Revisi
		Setelah Revisi
2. Nanang W	- Tambahkan saran Outdoor	Sebelum Revisi
		Setelah Revisi
3. Maya M	- metode wawancara - kesesuaian objek penelitian - urut yg paling benar	Sebelum Revisi
		Setelah Revisi

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

1. Tanggung, S.



Ketua Penguji

Dian P.W