

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EVENT SPONSORSHIP*, DAN
KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OPPO *SMARTPHONE* MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI PEMEDIASI**

***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, EVENT SPONSORSHIP,
AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASE DECISION OPPO
SMARTPHONE WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

DWI PUTRI PERMATASARI

20140410398

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

TAHUN 2018