

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	2
PENDAHULUAN .....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Promosi .....	6
2.1.2 Persepsi Harga .....	7
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu .....	8
2.3 Hipotesis Penelitian .....	10
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	10
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	11
2.3.3 Pengaruh Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	13
3.1 Jenis Penelitian.....	13
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	13
3.3 Populasi dan Sampel .....	13
3.3.1 Populasi.....	13
3.3.2 Sampel.....	13

3.4 Variabel penelitian.....	13
3.4.1 Kuesioner .....	14
3.5 Definisi Oprasional Variabel.....	15
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	18
3.6.1 Uji Validitas .....	18
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	18
3.7 Metode Analisis Data.....	19
3.7.1 Analisis Statistika Deskriptif.....	19
3.7.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	19
3.8 Analisis dengan regresi linier berganda .....	20
3.9 Uji Hipotesis.....	21
3.9.1 Uji T (Pengujian Hipotesis Sacara Parsial) .....	21
3.9.2 Uji F (Simultan).....	21
3.9.3 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>23</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	23
4.2 Karakteristik Responden .....	23
4.2.1 Jenis Kelamin .....	23
4.2.2 Pendidikan.....	24
4.2.3 Usia .....	26
4.2.4 Jumlah Keikutsertaan Responden dalam <i>Event</i> .....	27
4.3 Instrumen Penelitian .....	27
4.3.1 Uji Validitas .....	27
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	28
4.4 Metode Analisa Data .....	30
4.4.1 Analisis Statistika Deskriptif.....	30
4.4.2 Deskripsi Responden Tentang Variabel Promosi.....	30
4.4.3 Deskripsi Responden Tentang Variabel Persepsi Harga .....	32
4.4.4 Deskripsi Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian .....	34
4.5 Pengujian Asumsi Klasik .....	35
4.5.1 Uji Normalitas .....	36
4.5.2 Uji Multikolinieritas .....	37
4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	38
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4.7 Pengujian Hipotesis .....	41

4.7.1	Uji T (Pengujian Hipotesis secara Parsial).....	41
4.7.2	Uji F (Pengujian Hipotesis secara Simultan) .....	42
4.7.1	Hasil Koefisien Determinasi (R Square).....	44
4.8	Pembahasan.....	44
4.8.1	Pengaruh Promosi (X1), terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.8.2	Pengaruh Presepsi Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) 45	
4.8.3	Pengaruh Promosi (X1), dan Persepsi Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA .....		49
LAMPIRAN I .....		62
LAMPIRAN II.....		62
LAMPIRAN III .....		62
LAMPIRAN IV .....		63
LAMPIRAN V .....		64
LAMPIRAN VI .....		65

