

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Batasan Masalah.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Promosi .....	11
2.1.2 Kualitas Layanan.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Penelitian .....	16
2.4 Hubungan antara Variabel dan Hipotesis.....	17
2.4.1 Hubungan antara Promosi dan Keputusan Pembelian .....	17
2.4.2 Hubungan antara Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian .....	18
2.4.3 Hubungan antara Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan .....	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi .....	21
3.3.2 Sampel .....	22
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.6 Operasional Variabel .....	23
3.7 Definisi Operasional .....	24
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
3.7.1 Uji Validitas.....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.8 Analisis Data .....	27
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	27
3.8.2 Analisis Regresi Logistik.....	28
3.9 Uji Regresi Logistik .....	29
3.9.1 Uji Kelayakan Model.....	29
3.9.2 Uji Simultan.....	30
3.9.3 Uji Parsial .....	30
3.9.4 Pseudo R <sup>2</sup> (Nagelkerke).....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	33
4.1.1 Profil Mi Store .....	33
4.2 Karakteristik Responden.....	34
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	34
4.2.2 Usia Responden .....	34
4.2.3 Pekerjaan Responden.....	35
4.2.4 Pendapatan per Bulan .....	36
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas .....	37

4.3.1 Uji Validitas .....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	39
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.4.1 Variabel Promosi.....	40
4.4.2 Variabel Kualitas Layanan.....	42
4.4.3 Variabel Keputusan Pembelian .....	43
4.5 Uji kelayakan Model Regresi Logistik .....	43
4.5.1 Uji Model Fit Regresi Logistik .....	44
4.5.2 Ketepatan Model Regresi Logistik.....	46
4.5.3 Hasil Pseudo R Square ( $R^2$ ) .....	47
4.5.4 Uji Simultan ( <i>Overall Test</i> ).....	47
4.5.5 Uji Parsial (Uji <i>Wald</i> ).....	48
4.5.6 Interpretasi <i>Odds Ratio</i> .....	50
4.6 Pembahasan.....	51
4.6.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mi Store Icon Mall .....	51
4.6.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Mi Store Icon Mall .....	52
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>69</b>