

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	11
D. Perumusan Masalah	11
E. Kegunaan Penelitian	11
BAB II PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Deskripsi Teoretis	
1. Keputusan Membeli	13
2. Promosi Penjualan	24
B. Kerangka Berpikir	34
C. Perumusan Hipotesis	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Metode Penelitian	38
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	39
E. Instrumen Penelitian	
1. Keputusan Membeli	
a. Definisi Konseptual	41
b. Definisi Operasional	41
c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Membeli	42
d. Validasi Instrumen Keputusan Membeli	44
2. Promosi Penjualan	
a. Definisi Konseptual	47
b. Definisi Operasional	47
c. Kisi-kisi Instrumen Promosi Penjualan	48
d. Validasi Instrumen Promosi Penjualan	50
F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	53
G. Teknik Analisis Data	
1. Mencari Persamaan Regresi	53
2. Uji Persyaratan Analisis	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Linieritas Regresi	55
3. Uji Hipotesis	56

a. Uji Keberartian Regresi	56
b. Perhitungan Koefisien Korelasi	57
c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)	58
d. Perhitungan Koefisien Determinasi	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Keputusan Membeli	60
2. Promosi Penjualan	64

B. Analisis Data

1. Persamaan Garis Regresi	67
2. Pengujian Persyaratan Analisis	68
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	70

C. Interpretasi Penelitian

72

D. Keterbatasan Penelitian

73

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

74

B. Implikasi

75

C. Saran

76

DAFTAR PUSTAKA

77

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP