

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA MAHASISWA
JAKARTA TIMUR**

NADYA CHAIRUNISA

8135160221



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE INFLUENCE OF PROMOTION AND TRUST TOWARDS ON
PURCHASING DECISION AT SHOPEE IN EAST JAKARTA
STUDENTS***

NADYA CHAIRUNISA

8135160221



***This is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

NADYA CHAIRUNISA, Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Jakarta Timur. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada Mahasiswa Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan di Universitas yang berada di wilayah Jakarta Timur selama 7 (tujuh) bulan, terhitung sejak Januari 2020 sampai dengan Juli 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah mahasiswa yang berkuliah di Universitas wilayah Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sebanyak 147 orang. Persamaan regresi linier sederhana yang dihasilkan X_1 terhadap Y adalah $\hat{Y} = 10,770 + 0,745 X_1$ dan persamaan regresi linier sederhana yang dihasilkan X_2 terhadap Y adalah $\hat{Y} = 39,805 + 0,558 X_2$. Uji persyaratan analisis, yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y berjumlah 0,200, X_1 berjumlah 0,200, dan X_2 berjumlah 0,098. Tingkat signifikansi yang dimiliki oleh ketiga variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan menghasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 8,327$ dan $t_{tabel} = 1,976$ dan Y atas X_2 $t_{hitung} = 6,411$ dan $t_{tabel} = 1,976$. Nilai koefisien korelasi antara variabel promosi (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,569 dan nilai koefisien korelasi antara variabel kepercayaan (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,470. Jadi, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian serta pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh sebesar 0,323 yang menunjukkan bahwa 32,3% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh promosi. Sementara itu, sisanya 67,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Koefisien determinasi Y atas X_2 diperoleh sebesar 0,221 yang menunjukkan bahwa 22,1% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kepercayaan. Sementara itu, sisanya 77,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Promosi, dan Kepercayaan




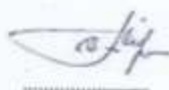

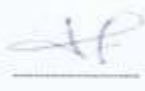
ABSTRACT

NADYA CHAIRUNISA, *The Influence of Promotion and Trust Towards on Purchasing Decision at Shopee in East Jakarta Students. Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

This research is conducted with the aim to know the influence of promotion and trust towards on purchasing decision at Shopee in East Jakarta students. The research was conducted at the university in East Jakarta for 7 (seven) months, from January 2020 to July 2020. The method of study used is a method of survey with correlational approach, the population used is a student who lectures at the University of East Jakarta area. The sampling techniques used were purposive sampling techniques of 147 people. The simple linear regression equation produced by X_1 against Y is $\hat{Y} = 10,770 + 0,745 X_1$ and the simple linear regression equation produced by X_2 with Y is $\hat{Y} = 39,805 + 0,558 X_2$. Test requirements analysis, namely test normality with Kolmogorov-Smirnov test with significance level (α) = 5% or 0,05 and generate a significant level Y amounted to 0,200, X_1 amounted to 0,200, and X_2 amounted to 0,098. The significance of the three variables $> 0,05$, can be concluded that the three data are normal distribution and can be used for subsequent analysis. Test the interference linearity regression of the Y over X_1 and Y over X_2 generates significance values in linearity, which is $0,000 < 0,05$, so that it can be concluded that it has a linear influence. Next, done test t and produce Y top X_1 $t_{count} = 8,327$ and $t_{table} = 1,976$ and Y over X_2 $t_{count} = 6,411$ and $t_{table} = 1,976$. The correlation coefficient value between the promotion variable (X_1) against the purchase decision variable (Y) of 0,569 and the correlation coefficient value between the trust variable (X_2) to the purchase decision variable (Y) of 0,470. Thus, there is a positive and significant influence between the promotion to purchasing decisions and the positive and significant influence between trust in purchasing decisions. Thus, there is a positive and significant influence between promotion and trust in purchasing decisions. Coefficient of determination Y top X_1 obtained at 0,323 indicating that 32,3% of purchase decision variables are determined by promotion. Meanwhile, the remaining 67,7% is influenced by other factors. Coefficient of determination Y top X_2 obtained at 0,221 indicating that 22,1% of purchase decision variables are determined by trust. Meanwhile, the remaining 77,9% is influenced by other factors.

Keywords : *Purchase Decision, Promotion, and Trust*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, SE, M. Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Ketua)		19 Agustus 2020
2	Nadya Fadillah F, S. Pd, M. Pd NIP. 199302202019032002 (Sekretaris)		19 Agustus 2020
3	Dra. Dientje Griandini, M. Pd NIP. 195507221982102001 (Penguji Ahli)		27 Juli 2020
4	Drs. Nurdin Hidayat, MM, M. Si NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		23 Juli 2020
5	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		26 Agustus 2020
Nama : Nadya Chairunisa No. Registrasi : 8135160221 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 24 Juli 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2020


Nadya Chairumisa

NIM. 8135160221

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nadya Chairunisa
NIM : 8135160221
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : nadyachairun@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian
di Shopee Pada Mahasiswa Jakarta Timur

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(Nadya Chairunisa)
nama dan tanda tangan

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Hiduplah seolah-olah Anda akan mati besok. Belajarlah seolah-olah Anda akan hidup selamanya.”

(Mahatma Gandhi)

“Allah Menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak Menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur”.

(QS. Al-Baqarah : 185)

“Allah tidak Membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah : 286)

Bismillahirrahmanirahim,

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang diberikan, Alhamdulillah skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Skripsi ini tentu saya persembahkan kepada seluruh orang-orang yang saya cintai, terutama keluarga, sahabat, dan teman-teman yang tidak pernah berhenti untuk selalu memberikan dukungan serta motivasi kepada saya, sehingga proses penyelesaian Skripsi untuk mendapatkan gelar S.Pd ini dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, tidak lupa juga saya mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Nurdin Hidayat (DP 1) dan Ibu Ryna Parlyna (DP 2) yang telah banyak berjasa dalam membimbing saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil' Alamin...

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, karunia serta kasih sayangnya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian dalam Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Jakarta Timur”.

Adapun tujuan dari penyusunan penelitian dalam Skripsi ini, yaitu untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd) pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Walaupun peneliti menyadari bahwa masih sangat banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, namun besar harapan peneliti agar penelitian dalam Skripsi ini bisa dijadikan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya di dalam literatur pustaka.

Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penelitian dalam Skripsi ini, yaitu diantaranya :

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M, Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak ilmu, pengarahan, dukungan serta motivasi yang bermanfaat dalam penyusunan penelitian dalam Skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi, pengarahan, waktu, kritik dan sarannya dalam penyusunan penelitian dalam Skripsi ini.
3. Rahmi, S.E., M.S.M selaku Pembimbing Akademik yang telah sabar dalam memberikan dukungan, pengarahan, dan motivasi yang sangat berharga untuk para mahasiswanya, dari awal sampai akhir masa perkuliahan.
4. Dr. Ari Saptono, SE, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan dukungan yang sangat

berharga, baik secara langsung maupun tidak dalam memfasilitasi dan mempermudah seluruh mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan penelitian dalam Skripsi nya.

5. Seluruh dosen Pendidikan Bisnis di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengalamannya dalam penyusunan penelitian dalam Skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya, yaitu Bapak Syariffudin dan Ibu Titin Atikah yang telah memberikan seluruh kasih sayang, perhatian, serta ikhlas mendidik dari saya kecil hingga sampai pada titik ini dan berhasil mendapatkan gelar Sarjana (S1) di Universitas Negeri Jakarta. Kakak saya Lutfiana Hanum dan Adik saya Zaskia Qotrunnada yang selalu memberikan dukungan dan menjadi teman yang baik di segala kondisi.
7. Para sahabat-sahabat : Deborah, Antika, Wirda (Enjoy), Nandha, Putas, Hera, Naufal, Akbar (Asemelehoy), Play Group Ceria (PGC), Rais, Clara, Zafar, Yulia, Dessy Yuliani, Alda, teman-teman satu angkatan Pendidikan Bisnis (2016) dan teman-teman satu bimbingan skripsi yang terus memberikan dukungan, bantuan serta menjadi penyemangat antara satu sama lain.

Jakarta, Juli 2020

Nadya Chairunisa

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kebaruan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Latar Belakang Teori.....	13
1. Keputusan Pembelian.....	13
2. Promosi.....	18
3. Kepercayaan	21
B. Kerangka Teori dan Hipotesis	25
1. Kerangka Teori	25

	Halaman
2. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
1. Waktu Penelitian	29
2. Tempat Penelitian.....	29
B. Pendekatan Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel.....	32
D. Penyusunan Instrumen	32
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	32
2. Promosi (Variabel X1)	37
3. Kepercayaan (Variabel X2).....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data.....	45
1. Uji Persyaratan Analisis	45
2. Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	46
3. Uji Hipotesis.....	46
4. Analisis Koefisien Korelasi Pearson	47
5. Perhitungan Koefisien Determinasi	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Data	49
1. Profil Responden	49
2. Profil Data	51
B. Pembahasan	71
1. Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	72
2. Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	73

	Halaman
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Implikasi	76
C. Keterbatasan Penelitian	77
D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	175



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Total Pengunjung Terbesar Kuartal III	3
Gambar 1. 2 Grafik Pernyataan Responden Tentang Promosi	5
Gambar 1. 3 Grafik Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan	7
Gambar 1. 4 Pelaku E-Commerce di Dominasi Usia Muda	9
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2. 2 Kerangka Teori.....	27
Gambar 3. 1 Konstelasi X_1 dan X_2 terhadap Y	31
Gambar 4. 1 Grafik Usia	50
Gambar 4. 2 Grafik Angkatan.....	51
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 4. 4 Grafik Histogram Promosi	57
Gambar 4. 5 Grafik Histogram Kepercayaan.....	60
Gambar 4. 6 Grafik Persamaan Regresi $\hat{Y} = 10,770 + 0,745 X_1$	65
Gambar 4. 7 Grafik Persamaan Regresi $\hat{Y} = 39,805 + 0,558 X_2$	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pernyataan Promosi Shopee Belum/Kurang Baik	5
Tabel 1. 2 Pernyataan Kepercayaan Shopee Belum/Kurang Baik.....	7
Tabel 2. 1 Hipotesis Penelitian.....	28
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian	33
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Promosi	37
Tabel 3. 4 Skala Penilaian Instrumen Promosi	38
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan.....	41
Tabel 3. 6 Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan.....	41
Tabel 4. 1 Profil Responden “Usia”	49
Tabel 4. 2 Profil Responden “Angkatan”	50
Tabel 4. 3 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 5 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 6 Statistika Deskriptif Promosi	56
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Promosi.....	56
Tabel 4. 8 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Promosi.....	58
Tabel 4. 9 Statistika Deskriptif Kepercayaan.....	59
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Kepercayaan	59
Tabel 4. 11 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Kepercayaan	61
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 13 Uji Linieritas X_1 Terhadap Y	63
Tabel 4. 14 Uji Linieritas X_2 Terhadap Y	63
Tabel 4. 15 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X_1 terhadap Y.....	64
Tabel 4. 16 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X_2 terhadap Y.....	64
Tabel 4. 17 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Variabel X_1 terhadap Y.....	67
Tabel 4. 18 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Variabel X_2 terhadap Y	67
Tabel 4. 19 Uji Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> X_1 terhadap Y	69

Halaman

Tabel 4. 20 Uji Analisis Koefisien Korelasi *Pearson X₂* terhadap Y 69
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 70
Tabel 4. 22 Uji Koefisien Determinasi Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian..... 71



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Penelitian.....	86
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan Penelitian Skripsi.....	87
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	88
Lampiran 4 Survei Awal Penelitian	90
Lampiran 5 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y) .	95
Lampiran 6 Skor Uji Coba Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	98
Lampiran 7 Perhitungan Analisis Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Lampiran 8 Data Perhitungan Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	101
Lampiran 9 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	102
Lampiran 10 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	103
Lampiran 11 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Promosi (X ₁)	104
Lampiran 12 Skor Uji Coba Instrumen Variabel Promosi (X ₁)	107
Lampiran 13 Perhitungan Analisis Butir Variabel Promosi (X ₁).....	108
Lampiran 14 Data Perhitungan Validitas Variabel Promosi (X ₁)	110
Lampiran 15 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Promosi (X ₁).....	111
Lampiran 16 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X ₁).....	112
Lampiran 17 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Kepercayaan (X ₂).....	113
Lampiran 18 Skor Uji Coba Instrumen Variabel Kepercayaan (X ₂)	116
Lampiran 19 Perhitungan Analisis Butir Variabel Kepercayaan (X ₂)	117
Lampiran 20 Data Perhitungan Validitas Variabel Kepercayaan (X ₂)	119
Lampiran 21 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Kepercayaan (X ₂)	120
Lampiran 22 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X ₂)	121

Halaman

Lampiran 23 Kuesioner Final Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	122
Lampiran 24 Data Mentah Variabel Keputusan Pembelian (Y)	125
Lampiran 25 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-Rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Keputusan Pembelian (Y)	128
Lampiran 26 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Keputusan Pembelian (Y)	129
Lampiran 27 Skor Indikator Dominan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	130
Lampiran 28 Kuesioner Final Penelitian Variabel Promosi (X ₁).....	131
Lampiran 29 Data Mentah Variabel Promosi (X ₁).....	134
Lampiran 30 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-Rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Promosi (X ₁).....	137
Lampiran 31 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Promosi (X ₁).....	138
Lampiran 32 Skor Indikator Dominan Variabel Promosi (X ₁)	139
Lampiran 33 Kuesioner Final Penelitian Variabel Kepercayaan (X ₂)	140
Lampiran 34 Data Mentah Variabel Kepercayaan (X ₂)	143
Lampiran 35 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-Rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Kepercayaan (X ₂)	146
Lampiran 36 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Kepercayaan (X ₂)	147
Lampiran 37 Skor Indikator Dominan Variabel Kepercayaan (X ₂).....	148
Lampiran 38 Data Mentah Variabel Promosi (X ₁) dan Kepercayaan (X ₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	149
Lampiran 39 Perhitungan Uji Normalitas	153
Lampiran 40 Uji Linieritas X ₁ Terhadap Y	154
Lampiran 41 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = \alpha + b X_1$..	155
Lampiran 42 Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X ₁ Terhadap Y.....	156
Lampiran 43 Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson Correlation X ₁ Terhadap Y	157
Lampiran 44 Perhitungan Koefisien Determinasi X ₁ Terhadap Y.....	158

	Halaman
Lampiran 45 Uji Linieritas X_2 Terhadap Y	159
Lampiran 46 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = \alpha + b X_2$..	160
Lampiran 47 Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X_2 Terhadap Y	161
Lampiran 48 Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson Correlation X_2 Terhadap Y	162
Lampiran 49 Perhitungan Koefisien Determinasi X_2 Terhadap Y	163
Lampiran 50 Tabel Nilai-Nilai r Product Moment Pearson.....	164
Lampiran 51 Tabel Nilai-Nilai Distribusi t	165
Lampiran 52 Daftar Responden Survei Awal Latar Belakang.....	166
Lampiran 53 Daftar Responden Survei Uji Coba	170
Lampiran 54 Daftar Responden Survei Final.....	171

