

## DAFTAR ISI

|   |    |
|---|----|
| DAFTAR ISI  | 3  |
| BAB I   | 3  |
| PENDAHULUAN   | 3  |
| 1.1 Latar Belakang  | 3  |
| 1.2 Rumusan Masalah   | 7  |
| 1.3 Tujuan Penelitian   | 7  |
| 1.4 Manfaat Penelitian  | 7  |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian                                  | 8  |
| BAB II  | 9  |
| KAJIAN PUSTAKA  | 9  |
| 2.1 Landasan Teori  | 9  |
| 2.1.1 Pengertian Promosi                                      | 9  |
| 2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan                           | 10 |
| 2.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian                          | 10 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu                                      | 11 |
| 2.3 Keterhubungan Antar Variabel dan Hipotesis                | 13 |
| 2.3.1 Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian      | 14 |
| Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.4 Kerangka Konseptual atau Model Analisis                   | 15 |
| BAB III   | 17 |
| METODE PENELITIAN   | 17 |
| 3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian                           | 17 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian                            | 17 |
| 3.2.1 Populasi  | 17 |
| 3.2.2 Sampel  | 17 |
| 3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran             | 18 |
| 3.3.1 Jenis dan Sumber Data                                   | 18 |
| 3.3.2 Skala Pengukuran  | 18 |
| 3.4 Variabel dan Definisi Operasional                         | 19 |
| 3.4.1 Variabel  | 19 |
| 3.4.2 Definisi Operasional Variabel                           | 20 |

|                              |  |    |
|------------------------------|--|----|
| 3.5                          | Prosedur dan Pengumpulan Data                            | 22 |
| 3.6                          | Metode Analisis  | 22 |
| 3.6.1                        | Uji Validitas dan Reliabilitas                           | 22 |
| 1.                           | Uji Validitas  | 22 |
| 2.                           | Uji Reliabilitas   | 23 |
| 3.6.2                        | Uji Asumsi Klasik  | 23 |
| 1.                           | Uji Normalitas   | 23 |
| 2.                           | Uji Multikolinearitas                                    | 23 |
| 3.                           | Uji Heteroskedastisitas                                  | 23 |
| 4.                           | Uji Linearitas   | 24 |
| 3.6.3                        | Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis                  | 24 |
| 1.                           | Uji Statistik (Uji t)                                    | 25 |
| 2.                           | Uji Statistik (Uji F)                                    | 25 |
| 3.                           | Koefisien Korelasi (R)                                   | 25 |
| 4.                           | Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )                  | 25 |
| BAB IV                       |  | 26 |
| ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN |  | 26 |
| 4.1                          | Analisis Data  | 26 |
| 4.1.1                        | Analisis Deskriptif                                      | 26 |
| 4.1.2                        | Uji Validitas dan Reliabilitas                           | 32 |
| 4.1.2.1                      | Uji Validitas  | 32 |
| 4.1.2.2                      | Uji Reliabilitas   | 33 |
| 4.1.3                        | Uji Asumsi Klasik  | 34 |
| 4.1.3.1                      | Uji Normalitas   | 34 |
| 4.1.3.2                      | Uji Multikolinearitas                                    | 34 |
| 4.1.3.3                      | Uji Heteroskedastisitas                                  | 35 |
| 4.1.3.4                      | Uji Linearitas   | 35 |
| 4.1.4.                       | Uji Hipotesis  | 37 |
| 4.1.4.1                      | Uji T ( parsial )  | 37 |
| 4.1.4.2                      | Uji F ( simultan )                                       | 37 |
| 4.1.4.3                      | Uji Koefisien Determinasi                                | 38 |
| 4.2                          | Pembahasan   | 38 |
| 4.2.1                        | Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian            | 38 |
| 4.2.2                        | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian | 39 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 4.3 Implikasi Hasil Penelitian | 40 |
| 4.4 Keterbatasan Penelitian    | 40 |
| BAB V                          | 41 |
| KESIMPULAN DAN SARAN           | 41 |
| 5.1 Kesimpulan                 | 41 |
| 5.2 Saran                      | 41 |
| REFERENSI                      | 42 |

