

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	16
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	16
1.4 Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	19
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	19
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	22
2.1.3 Persepsi Harga .....	26
2.1.4 Promosi Penjualan .....	31
2.1.5 Kepercayaan Konsumen .....	36

2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.3 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	42
3.1.1 Variabel Penelitian.....	42
3.1.2 Definisi Operasional .....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel .....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.3.1 Data Primer .....	46
3.3.2 Data Sekunder.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner .....	48
3.5.1 Uji Semantik .....	48
3.5.1.1 Uji Indikator dan Variabel.....	48
3.5.1.2 Uji Indikator dan Hipotesis .....	52
3.5.2 Uji Statistik .....	55
3.5.2.1 Uji Validitas .....	55
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.6 Metode Analisis .....	58
3.6.1 Angka Indeks .....	58
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	59
3.6.2.2 Uji Kelayakan Model .....	62
3.6.3 Uji Hipotesis .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>65</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	65

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	65
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	66
4.2	Angka Indeks .....	67
4.2.1	Angka Indeks Variabel Persepsi Harga .....	67
4.2.2	Angka Indeks Variabel Promosi Penjualan .....	68
4.2.3	Angka Indeks Variabel Kepercayaan Konsumen .....	69
4.2.4	Angka Indeks Variabel Keputusan Pembelian .....	70
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.1.1	Uji Normalitas .....	72
4.3.1.2	Uji Multikolonieritas .....	73
4.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	74
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda .....	77
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	78
4.3.4	Uji Kelayakan Model ( Uji Statistik F ).....	79
4.4	Uji Hipotesis .....	80
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		83
5.1	Simpulan .....	83
5.1.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	83
5.1.2	Simpulan Teoritis.....	83
5.2	Keterbatasan.....	88
5.3	Saran .....	88
5.3.1	Implikasi Kebijakan.....	88
5.3.2	Saran Penelitian yang Akan Datang .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		91