

## DAFTAR ISI

PENGARUH HARGA DAN PERAN <i>INFLUENCER</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK <i>SPORTSWEAR</i> ADIDAS.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	8
2.1. Harga.....	8
2.1.1 Definisi Harga .....	8
2.1.2 Tujuan Penetapan Harga .....	9
2.2 Influencer .....	10
2.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.4 Penelitian Terdahulu .....	13
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.5.1 Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	15
2.5.2 Pengaruh Peran <i>Influencer</i> ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	15
2.6 Kerangka Penelitian .....	16

2.7 Hipotesis .....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	18
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5 Metode Analisis .....	24
3.5.1 Uji Validitas .....	24
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	26
3.5.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	27
3.5.5 Uji Statistik T .....	27
3.5.6 Uji Statistik F .....	29
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	31
4.1.1 Gambaran Umum Produk.....	31
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	31
4.3 Analisis Data.....	34
4.3.1 Uji Instrumen Data .....	34
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	36
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	38
4.3.4 Uji Hipotesis.....	39
4.4 Interpretasi Hasil.....	41
4.4.1 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk <i>sportswear</i> Adidas secara parsial .....	41
4.4.2 Pengaruh <i>influencer</i> terhadap keputusan pembelian produk <i>sportswear</i> Adidas secara parsial.....	42
4.4.3 Pengaruh harga dan <i>influencer</i> terhadap keputusan pembelian produk <i>sportswear</i> Adidas secara simultan.....	43

BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	46
5.3 Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN.....	49