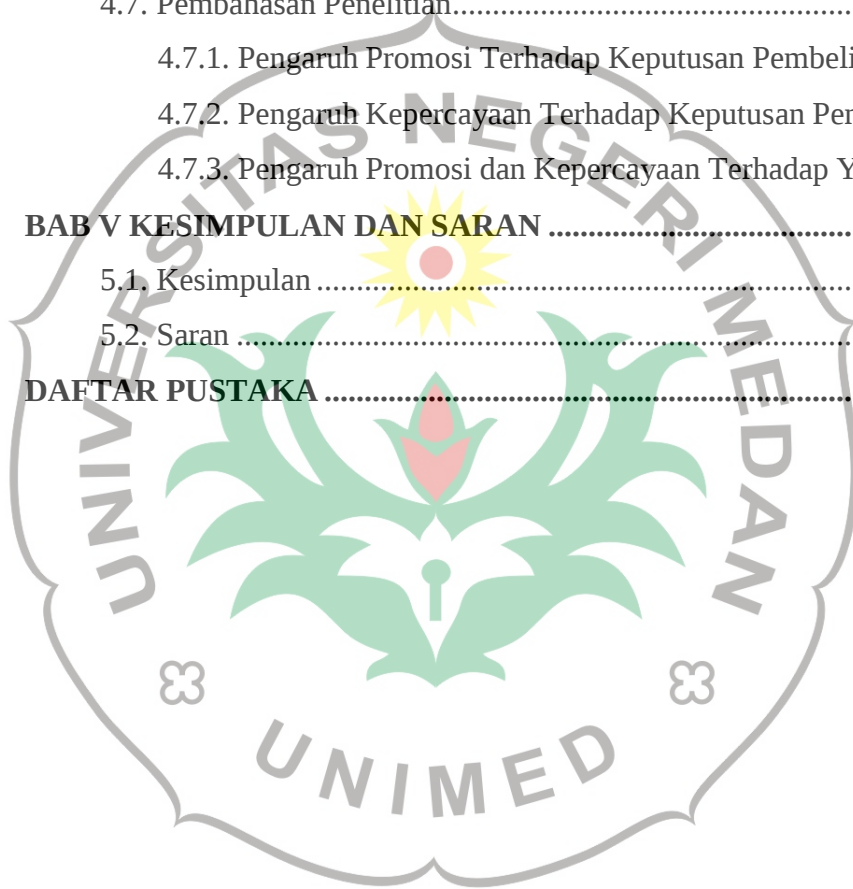


DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Pengertian Promosi.....	12
2.2.1. Kepercayaan Pembelian.....	15
2.3.1. Keputusan Pembelian.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Kerangka Pemikiran.....	27
2.4. Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1. Lokasi Penelitian.....	31
3.2. Jenis Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Sampel.....	31

3.3.1. Sampel	32
3.4. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1. Angket/Kuesioner	35
3.6. Instrumen Penelitian	38
3.6.1. Uji Validitas.....	38
3.6.2. Uji Reabilitas	39
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.1. Uji Normalitas	40
3.7.2. Uji Lineartas	41
3.7.3. Uji Multikolinearitas.....	42
3.7.4. Uji Heteroskedastisitas	42
3.8. Regresi Linear Berganda.....	43
3.9. Uji Hipotesis	44
3.9.1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial(Uji T)	44
3.9.2. Uji Simultan (Uji F).....	44
3.9.3. Uji Koefisien Determinasi (R ²) Konsistensi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Deskripsi Hasil Pembahasan.....	46
4.2. Uji Instrumen Angket Penelitian.....	47
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas Angket Promosi (X1).....	48
4.2.2. Uji Validitas dan Reabilitas Angket Kepercayaan (X2)	49
4.2.3. Uji Validitas dan Reabilitas Angket Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.3.1. Deskripsi Variabel Promosi (X1).....	53
4.3.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan (X2)	55
4.3.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian. (Y).....	57
4.4. Asumsi Klasik.....	61
4.4.1. Uji Normalitas.....	61
4.4.2. Uji Linearitas	62
4.4.3. Uji Multikolinearitas.....	64
4.4.4. Uji Heteroskedastisitas	65
4.5. Analisis Linear Berganda.....	66
4.6. Uji Hipotesis	68

4.6.1. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T).....	68
4.6.2. Hasil Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	69
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.7. Pembahasan Penelitian.....	71
4.7.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.7.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian...	73
4.7.3. Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Y.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78



THE
Character Building
UNIVERSITY