

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	I
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. PERUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. KEGUNAAN PENELITIAN	6
BAB II	8
KAJIAN TEORETIK	8
A. DESKRIPSI KONSEPTUAL	8
1. Keputusan Pembelian.....	8
2. Kelompok Referensi.....	13
3. Promosi	17
B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN	23
C. KERANGKA TEORETIK.....	36
D. PERUMUSAN HIPOTESIS.....	39
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
A. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	40
1. Tempat Penelitian.....	40
2. Waktu Penelitian	40
B. METODE PENELITIAN	41
1. Metode.....	41
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	42
C. POPULASI DAN SAMPLING	42
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	43
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	44
2. Kelompok Referensi (Variabel X ₁).....	49
3. Promosi (Variabel X ₂).....	54

E. TEKNIK ANALISIS DATA	58
1. Uji Persyaratan Analisis	58
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	60
3. Uji Hipotesis.....	60
4. Analisis Korelasi Ganda.....	Error! Bookmark not defined.
5. Koefisien Determinasi.....	62
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. DESKRIPSI DATA	63
1. Data Keputusan Pembelian	63
2. Data Kelompok Referensi	67
3. Data Promosi.....	70
B. PENGUJIAN HIPOTESIS.....	73
1. Pengujian Persyaratan Analisis	73
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	76
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	77
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda.....	Error! Bookmark not defined.
5. Pengujian Koefisien Determinasi.....	79
C. PEMBAHASAN	81
BAB V.....	85
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	85
A. KESIMPULAN.....	85
B. IMPLIKASI	86
C. SARAN.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel II. 2. Persamaan dan perbandingan Penelitian	30
Tabel III. 1. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)	45
Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Keputusan pembelian.....	46
Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen Kelompok Referensi (Variabel X1)	50
Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Kelompok Referensi	51
Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Promosi	55
Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Promosi	55
Tabel IV. 1. Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian	64
Tabel IV. 2. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	65
Tabel IV. 3. Rata – Rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	66
Tabel IV. 4. Statistika Deskriptif Kelompok Referensi	67
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Kelompok Referensi.....	68
Tabel IV. 6. Rata – Rata Hitung Skor Indikator Kelompok Referensi	69
Tabel IV. 7. Statistika Deskriptif Promosi.....	71
Tabel IV. 8. Distribusi Frekuensi Promosi.....	71
Tabel IV. 9. Rata – Rata Hitung Skor Indikator Promosi	72
Tabel IV. 10. Hasil Uji Normalitas	73
Tabel IV. 11. Hasil Uji Linieritas Variabel X_1 dengan Variabel Y	75
Tabel IV. 12. Hasil Uji Linieritas Variabel X_2 dengan Variabel Y	75
Tabel IV. 13. Uji Regresi Berganda.....	76
Tabel IV. 14. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	79
Tabel IV. 15. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	78
Tabel IV. 16. Uji Analisis Korelasi Ganda	Error! Bookmark not defined.

Tabel IV. 17. Uji Koefisien Determinasi Kelompok Referensi (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel IV. 18. Uji Koefisien Determinasi Kelompok Referensi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel IV. 19. Uji Koefisien Determinasi Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar III. 1. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	42
Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian	65
Gambar IV. 2. Grafik Histogram Kelompok Referensi	69
Gambar IV. 3. Grafik Histogram Promosi	72