

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL DEPAN

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR TABEL .....	xx

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek .....	8
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	8
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	8

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	8
1.3.5 Ruang Lingkup Pengetahuan.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Bagi Perusahaan .....	9
1.5.2 Bagi Institusi.....	9
1.5.3 Bagi Penulis .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Harga.....	11
2.1.1 Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.1.2 Indikator Harga .....	12
2.2 Promosi Penjualan.....	12
2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Promosi Penjualan .....	13
2.2.2 Indikator Promosi Penjualan .....	13
2.3 Keputusan Pembelian .....	14
2.3.1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	16
2.4 Penelitian-penelitian Terdahulu .....	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	20
2.6 Hipotesis.....	21
2.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.6.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.6.3 Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Sumber Data .....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Sampel .....	24
3.5 Variabel Penelitian .....	25
3.6 Definisi Operasional .....	26
3.7 Uji Persyaratan Instrumen .....	29
3.7.1 Uji Validitas.....	29
3.7.2 Uji Realibilitas.....	29
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	30
3.8.1 Uji Normalitas .....	30
3.8.2 Uji Linearitas .....	30
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	31
3.9 Metode Analisis Data.....	31
3.9.1 Teknik Analisis Regresi Berganda .....	31
3.10 Pengujian Hipotesis .....	32
3.10.1 Uji T ( Parsial).....	32

3.10.2 Uji F (Simultan) .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Data .....	34
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen .....	39
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	39
4.2.2 Hasil Uji Realibilitas.....	41
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	41
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	41
4.3.2 Hasil Uji Linearitas .....	42
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	43
4.4 Hasil Analisis Data.....	44
4.4.1 Regresi Linear Berganda .....	44
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	45
4.5.1 Hasil Uji t (Parsial) .....	45
4.5.2 Hasil Uji f (Simultan) .....	46
4.6 Pembahasan .....	47
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.6.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.6.3 Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran .....	52

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	52
----------------------------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pikir.....	21
-------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Wuling di Indonesia Tahun 2022-2023 .....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Mobil Wuling di Bandar Lampung Tahun 2022-2023 ..	3
Tabel 1.3 Daftar Harga Otr Mobil Wuling Tahun 2022-2023 .....	4
Tabel 1.4 Perbandingan Penjualan Merek Mobil Bandar Lampung Tahun 2023 ...	5
Tabel 1.5 Promosi Penjualan Wuling di Bandar Lampung .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai Koefisien r .....	30
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan .....	35
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Harga .....	36
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Promosi Penjualan .....	37
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian .....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas .....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas .....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda .....	44

Tabel 4.14 Hasil Uji Model Summary .....	45
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	45
Tabel 4.16 Hasil Uji f .....	47