

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada PP Qur'an-an Arobiyya Rejomulyo Kediri)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**FITRI ALFIAN AZIZAH**

**NIM. 21403036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI  
2025**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada PP Qur'an-an Arobiyya Rejomulyo Kediri)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

**FITRI ALFIAN AZIZAH**

**NIM. 21403036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI  
2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE  
(Studi Kasus Pada PP Qur'an-an Arobiyya Rejomulyo Kediri)**

**FITRI ALFIAN AZIZAH  
NIM. 21403036**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si  
NIP. 199310032019032010

Pembimbing II



Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E.  
NIP.199505132020122024

## NOTA DINAS

Kediri, 28 April 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo  
Kediri

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Fitri Alfian Azizah

NIM : 21403036

Judul : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada PP Qur'an-an Arobiyya Rejomulyo Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si  
NIP. 199310032019032010

Pembimbing II



Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E.  
NIP. 199505132020122024

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 27 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo  
Kediri

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Fitri Alfian Azizah

NIM : 21403036

Judul : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada  
*Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada PP Qur'an an Arobiyya  
Rejomulyo Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 27 Mei 2025, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si  
NIP. 199310032019032010

Pembimbing II



Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E.  
NIP. 199505132020122024

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE  
(Studi Kasus Pada PP Qur'an-an Arobiyya Rejomulyo Kediri)**

**FITRI ALFIAN AZIZAH**

**NIM. 21403036**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri pada tanggal 27 Mei 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
Dr Muhamad Wildan Fawa'id, M.El.  
NIP. 199010202019031006

(.....)

2. Penguji I  
Mahfudhotin, M.Si  
NIP. 199310032019032010

(.....)

3. Penguji II  
Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E.  
NIP.199505132020122024

(.....)

Kediri, 3 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri



Dr. H. Imam Annas Musplihin, MHI  
NIP. 197501011998031002

## MOTTO

وَمَا هَذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَهُوٌّ وَلَعِبٌ وَإِنَّ الدَّارَ الْآخِرَةَ لَهِيَ الْحَيَوَانُ لَوْ

كَانُوا يَعْلَمُونَ ﴿٦٤﴾

*“Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan senda gurau dan main-main. Dan sesungguhnya akhirat itulah yang sebenarnya kehidupan, kalau mereka mengetahui”. (Qs. Al-‘Ankabut: 64)*

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Alfian Azizah

NIM : 21403036

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada PP Qur'an an Arobiyya Rejomulyo Kediri)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Kediri, 15 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Fitri Alfian Azizah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Alhamdulillah Wasyukurillah*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang tidak henti-hentinya memberikan rahmat dan nikmatnya. Terimakasih atas segala dukungan dan do'a dari orang-orang yang saya sayangi, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, rasa bahagia, bangga serta rasa syukur saya sampaikan kepada orang-orang yang turut mendoakan.

Teruntuk Ayah saya Sugianto yang telah membesarkan saya, selaku kepala keluarga yang benar-benar menjadik tokoh terpenting dalam hidup saya, cinta pertama saya dan laki-laki terhebat saya. Terimakasih atas do'a-do'a yang setiap waktu di ucapkan untuk keluarganya, tanpa dukungan dan do'a beliau saya tidak akan sampai di titik ini. Terimakasih telah menjadi orang tua yang terhebat dan terbaik untuk anak-anaknya dan keluarganya.

Teruntuk Ibu saya Alfiah yang telah melahirkan saya, tanpa beliau saya bukanlah siapa-siapa, berkat do'a dan kasih sayangnnya saya tidak ada di titik saat ini, ibu yang sabar dan baik dalam menghadapi segala keributan anaknya, segala kebutuhan anaknya, terimakasih banyak bu atas do;a-do'anya selama ini.

Terimakasih kepada beliau pengasuh Pondok Pesantren Qur'an'an 'Arobiyya Abi Munjiat dan Ummah Putri yang telah membimbing dan membina saya dalam tholabul Ilmi.

Terimakasih banyak kepada beliau Pembimbing saya ibu Mahfudhotin. M.Si dan ibu Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E. yang senantiasa membimbing saya awal hinga akhir sampai dititik ini.

Terimakasih kepada teman-teman saya, angkatan saya, teman se pondok saya kamar SaySaudah, baik Pondok Pesantren Qur'an'an 'Arobiyya maupun Pondok Pesantren Bahrul Ulum atas do'a dan dukungannya. Terimakasih kepada amel, anwar, zaki, dan bella selalu mensupport penulis hingga terselesainya skripsi ini.

## ABSTRAK

AZIZAH, FITRI ALFIAN, 2025. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya Rejomulyo Kediri)*. Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Kediri. Dosen Pembimbing Pertama yaitu ibu Mahfudhotin, M.Si. Dan Dosen Pembimbing kedua yaitu ibu Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, M.E.

### **Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian, Shopee**

Promosi dan juga harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee memiliki peran penting dalam keputusan pembelian pada santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya. Promosi bertujuan untuk menyampaikan produk kepada konsumen, dengan maksud untuk memotivasi dan juga meyakinkan mereka terhadap produk yang akan dibelinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee pada santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya Rejomulyo Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelien deksriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner berupa angket yang diberikan kepada 100 responden. Pengolahan analisis data menggunakan *software* SPSS 27.0.

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel promosi termasuk dalam kategori sedang, variabel harga termasuk dalam kategori sedang, dan variabel keputusan pembelian pada *marketplace* shopee dalam kategori sedang. Hasil uji koefisien regresi berganda dengan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3.538 > t_{tabel}$  3.173 dengan signifikansi 5% terhadap 100 responden. Maka hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 4.235 yang bernilai positif menyatakan jika variabel promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya. Dengan nilai koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0.606 atau sama dengan 60.6% artinya promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee sebesar 60.6%. hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee pada santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya sebesar 60.6%.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah*, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, karunia, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Qur’anan Arobiyya Rejomulyo Kediri).”** Penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan restu serta ridha-Nya sehingga ilmu yang didapatkan bisa bermanfaat di Dunia maupun di Akhirat.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sampaikan ucapan terima kasih terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M. HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza. M.HI selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syari’ah
4. Ibu Mahfudhotin. M.Si. dan ibu Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza. M. E. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan arahan, dorongan, motivasi dan begitu sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
6. Pengasuh Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyya Abi Munjiyat dan Ummah Putri, seluruh Pengurus dan seluruh santri yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak Sugianto, Ibu Alfiah dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan berupa moral dan material serta do’a yang terpanjatkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Kepada teman-teman saya, angkatan saya, teman se pondok saya kamar SaySaudah baik Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya maupun Pondok Pesantren Bahrul Ulum atas do'a dan dukungannya. Terkhusus kepada teman saya amel dan bella yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Dan semua pihak yang ikut dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu dalam tulisan ini.

Penulis hanya mampu mendo'akan, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesahalan dan kekurangannya. Oleh karena itu, penulis berharap kepada semua pihak agar memberikan kritik dan saran demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Kediri, 01 Mei 2025



Fitri Alfian Azizah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Penelitian Terdahulu .....	11
F. Hipotesis Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
A. Pemasaran .....	17
B. Promosi .....	18
C. Harga .....	20
D. Perilaku Konsumen .....	22
E. Keputusan Pembelian.....	25
F. Keputusan Pembelian dan Konsumsi Menurut Syari'ah .....	29
G. <i>Marketplace</i> Shopee.....	32

H. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	33
I. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel .....	36
1. Populasi .....	36
2. Sampel.....	36
D. Definisi Operasional Variabel.....	37
1. Variabel Bebas ( Variabel Independent) .....	38
2. Variabel Terikat ( Variabel Dependen) .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Instrumen Penelitian.....	40
G. Teknik Analisis Data .....	40
1. Analisis Deskriptif.....	41
2. Analisis Inferensial.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
1. Gambaran Umum Perusahaan Shopee .....	51
2. Gambaran Umum Pondok Pesantren Qur'an Arobiyya .....	54
3. Deskripsi Data Responden .....	57
B. Validasi Instrumen .....	58
1. Uji Validitas .....	58
2. Uji Reliabilitas.....	59
C. Deskripsi Data.....	61
1. Deskripsi Data Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	61
2. Deskripsi Data Variabel Harga ( $X_2$ ).....	63
3. Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65

D. Analisis Data .....	68
1. Uji Asumsi Klasik .....	68
2. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> .....	72
3. Analisis Regresi Berganda .....	73
4. Uji Hipotesis .....	75
5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77
BAB V PEMBAHASAN .....	78
A. Tingkat Adanya Promosi Online Pada Santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya.....	78
B. Tingkat Variabel Harga Pada <i>Marketplace</i> Online Terhadap Santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya .....	80
C. Tingkat Variabel Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee Terhadap Santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya .....	82
D. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee Santri Di Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya.....	85
E. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee Santri Di Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya.....	91
F. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee Santri Di Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya.....	98
BAB VI PENUTUP .....	104
A. Kesimpulan .....	104
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN.....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penggunaan <i>Marketplace</i> di Pondok Pesantren Qur'an Arobiyya Rejomulyo Kediri.....	4
Tabel 1.2	Penggunaan Aplikasi Belanja Online.....	6
Tabel 1.3	Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Menurut Kotler dan Keller.....	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Promosi .....	38
Tabel 3.2	Definisi Operasional Harga.....	38
Tabel 3.3	Definisi Operasional Keputusan Pembelian.....	39
Tabel. 3.4	Skala Likert .....	43
Tabel. 3.5	Kategorisasi Analisis Korelasi .....	48
Tabel 4.1	Usia Reponden .....	57
Tabel 4.2	Tingkat Pendidikan Responden.....	58
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	59
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	59
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	59
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ .....	60
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Variabel $X_2$ .....	60
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Variabel Y .....	60
Tabel 4.9	Uji Statistik Dekskriptif Variabel Promosi ( $X_1$ ) .....	61
Tabel 4.10	Rumus Mencari Kategori Skor.....	62
Tabel 4.11	Kategori Total Variabel Promosi ( $X_1$ ) .....	62
Tabel 4.12	Kategorisasi Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	62
Tabel 4.13	Rata- rata Indikator Variabel Promosi ( $X_1$ ) .....	63
Tabel 4.14	Uji Statistik Dekskriptif Variabel Harga ( $X_2$ ).....	63
Tabel 4.15	Rumus Mencari Kategori Skor.....	64
Tabel 4.16	Kategori Total Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	64
Tabel 4.17	Kategorisasi Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	64
Tabel 4.18	Rata- rata Indikator Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	65
Tabel 4.19	Uji Statistik Dekskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.20	Rumus Mencari Kategori Skor.....	66
Tabel 4.21	Kategori Total Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	66

Tabel 4.22 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	66
Tabel 4.23 Rata- rata Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.24 Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel 4.25 Hasil Uji Autokorelasi Model Summary <sup>b</sup> .....	69
Tabel 4.26 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinieritas .....	72
Tabel 4.28 Hasil Uji Korelasi Berganda .....	73
Tabel 4.29 Hasil Uji Regresi Berganda.....	74
Tabel 4.30 Hasil Uji-t.....	75
Tabel 4.31 Hasil Uji- F.....	76
Tabel 4.32 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin penelitian .....	115
Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian .....	116
Lampiran 3 Daftar Konsultasi Skripsi .....	117
Lampiran 4 Daftar Konsultasi Skripsi .....	118
Lampiran 5 Angket Penelitian .....	119
Lampiran 6 Umur Responden .....	122
Lampiran 7 Tingkat Pendidikan Responden .....	122
Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel $X_1$ Sebelum Validitas .....	123
Lampiran 9 Tabulasi Data Variabel $X_2$ Sebelum Validitas .....	125
Lampiran 10 Tabulasi Data Variabel Y Sebelum Validitas .....	127
Lampiran 11 Rekapitulasi Skor Total Hasil Penelitian .....	130
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel $X_1$ .....	133
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel $X_2$ .....	133
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y .....	133
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ .....	134
Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_2$ .....	134
Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	134
Lampiran 18 Penyajian Data Variabel $X_1$ (Promosi) .....	135
Lampiran 19 Penyajian Data Variabel $X_2$ (Harga) .....	137
Lampiran 20 Penyajian Data Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	139
Lampiran 21 Hasil Uji Statistik Dekskriptif Variabel $X_1$ .....	143
Lampiran 22 Hasil Uji Statistik Dekskriptif Variabel $X_2$ .....	143
Lampiran 23 Hasil Uji Statistik Dekskriptif Variabel Y .....	143
Lampiran 24 Rumus Mencari Kategori Skor .....	143
Lampiran 25 Hasil Uji Normalitas .....	144
Lampiran 26 Hasil Uji Autokorelasi .....	144
Lampiran 27 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	144
Lampiran 28 Hasil Uji Multikolinearitas .....	145
Lampiran 29 Hasil Analisis Korelasi Pearson .....	145
Lampiran 30 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	145
Lampiran 31 Hasil Uji t .....	146

Lampiran 32 Hasil Uji F .....	146
Lampiran 33 Hasil Koefisien Determinasi.....	146
Lampiran 34 Dokumentasi.....	147
Lampiran 35 Daftar Riwayat Hidup.....	148