

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
FASHION DI JIMS HONEY KEDIRI**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun Oleh :

WHENIKA PUTRI

NIM. 22401147

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
FASHION DI JIMS HONEY KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
program Sarjana Ekonomi

Oleh :

WHENIKA PUTRI

22401147

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
FASHION DI JIMS HONEY KEDIRI**

Oleh:

WHENIKA PUTRI

22401147

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Sayekti Indah K.M.Akun
NIP. 199107172019032020



Dhiva'u Shidiqi.M.M
NIP. 198906242020121016

NOTA DINAS

Kediri, 7 Juli 2026

Lampiran : 4 (empat)

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi, mahasiswa dibawah ini:

Nama :WHENIKA PUTRI

NIM : 22401147

Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Brands Fashion* di Jims Honey Kediri.

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 2 Juli 2026, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya

Pada akhir surat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas perhatian dan kesediaan pihak yang dituju serta menutup surat dengan salam hormat.*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I

Pembimbing II



Savekti Indah K.M.Akun
NIP. 199107172019032020



Dhiya'u Shidiqi,M.M
NIP. 198906242020121016

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 7 Juli 2026

Lampiran : 4 (empat)

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi,
mahasiswa dibawah ini:

Nama :WHENIKA PUTRI

NIM : 22401147

Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Brands*
Fashion di Jims Honey Kediri.

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 2 Juli 2026, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Pada akhir surat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas perhatian dan kesediaan pihak yang dituju serta menutup surat dengan salam hormat. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I

Pembimbing II



Savekti Indah K.M.Akun
NIP. 199107172019032020



Dhiva'u Shidiqi, M.M
NIP. 198906242020121016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND FASHION* DI JIMS HONEY KEDIRI

WHENIKA PUTRI

22401147

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri Pada Tanggal 2 Juli 2026


1. Penguji Utama

Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 199010032019032010


(.....)

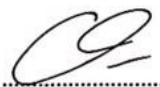
2. Penguji I

Sayekti Indah K.M.Akun.
NIP. 199107172019032020


(.....)

3. Penguji II


Dhiva'u Shidiqi, M.M.
NIP. 198906242020121016


(.....)

Kediri, 7 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri




Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I.
NIP. 197501011998031002

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)

"The present is theirs; the future, for which I really worked, is mine."

(Nikola Tesla)

"Jangan takut berjalan lambat, takutlah jika hanya diam di tempat."

(Pepatah Tiongkok)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WHENIKA PUTRI

NIM : 22401147

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brands Fashion Jims Honey di Kediri ” secara keseluruhan merupakan hasil tulisan saya sendiri, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 12 Juni 2026



Whenika Putri

(22401147)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselenggarakan dengan dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW semoga kita semua bisa mendapatkan syafa'atnya di hari kiamat kelak. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Yang pertama kepada almarhumah Bunda tercinta, Bunda Suliswati sosok perempuan hebat yang menjadi cinta pertama dan alasan terbesar saya untuk terus melangkah. Terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, dan pelajaran hidup yang telah bunda berikan selama ini. Walaupun kini bunda sudah tidak lagi berada di sisi saya, tetapi cinta dan kenangan tentang bunda akan selalu hidup di dalam hati saya. Tidak ada hari tanpa rasa rindu kepada bunda.
2. Yang kedua kepada ayahanda tercinta bapak Kayadi terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang begitu tulus, pengorbanan yang tidak pernah terhitung, serta dukungan yang selalu menguatkan di setiap langkah kehidupan saya. Skripsi ini menjadi salah satu bentuk kecil dari rasa terima kasih dan kebanggaan saya kepada kalian. Semoga setiap lelah yang kalian lalui dapat terbayarkan dengan kebahagiaan dan keberhasilan saya di masa depan.
3. Untuk keluarga besar, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan kepada saya hingga mampu menyelesaikan pendidikan ini. Kehadiran kalian menjadi kekuatan terbesar dalam setiap

proses yang saya jalani.

4. Kepada pihak Jims Honey Kediri yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian skripsi di tempat tersebut.
5. Dosen pembimbing yaitu Ibu Sayekti Indah Kusuma M.Akun dan Bapak Dhiya'u Shidiqi,M.M yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik yang membangun, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama proses penulisan skripsi ini.
6. Untuk teman seperjuangan yang telah menjadi saksi jatuh bangun selama proses ini, Femilia Hajar Ilhami,Siti lailatul Munawarh ,Fithiyyatul Husna, Dinda Ayu Pratiwi dan juga Nintya Ananda Putri semoga setiap langkah kita setelah ini dipenuhi kesuksesan dan kebahagiaan.
7. Untuk sahabat Kkn yang tercinta Aqiella Ayu Firnanda,Nur Laila Agustin, Khiarotu Lutfiyah, Dayu Halimatus Sa'diyah, dan juga Amira Hasna Qurratu'ain terima kasih telah menjadi pengingat bahwa sesulit apa pun perjalanan, kita tidak pernah benar-benar sendiri
8. Untuk sahabat-sahabat seperjuangan di UIN Syekh Wasil Kediri yang tidak mungkin saya sebutkan satu per satu, terimakasih atas motivasi dan semangat yang telah diberikan selama ini.
9. Almamater UIN Syekh Wasil Kediri tercinta yang telah membantu penulis dalam menambah ilmu dan pengalaman sebagai bekal kehidupan di masa depan.
10. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena sudah bertahan, berusaha, dan tidak menyerah meskipun banyak rasa lelah, takut, dan kecewa yang harus dilewati. Terima kasih telah mampu melewati setiap proses sampai

akhirnya berada di titik ini. Skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap perjuangan, air mata, dan doa pada akhirnya akan menemukan hasil terbaik pada waktunya.

ABSTRAK

WHENIKA PUTRI, Dosen Pembimbing Ibu Sayekti Indah Kusuma M.Akun dan Bapak Dhiya'u Shidiqi, M.M. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion Jims Honey Kediri*. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata Kunci: Promosi, Keputusan Pembelian.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk, menarik perhatian konsumen, serta mendorong terjadinya pembelian. Variabel promosi diukur melalui indikator tingkat daya tarik, optimalisasi keingintahuan, tingkat komitmen, dan tingkat afinitas, sedangkan variabel keputusan pembelian diukur melalui indikator pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan Teknik *accidental sampling* dan juga menggunakan *table isaac dan Michael* untuk menentukan jumlah responden. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Jims Honey Kediri sebagai responden penelitian sebanyak 349 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 42,570 dengan standar deviasi sebesar 9,678 dan termasuk dalam kategori cukup baik. Variabel keputusan pembelian memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 52,810 dengan standar deviasi sebesar 12,611 dan termasuk dalam kategori cukup baik. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,552 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara promosi dan keputusan pembelian. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,484 yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan promosi akan diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 17,307 lebih besar dari t tabel sebesar 1,967 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,305 atau 30,5%, yang berarti promosi mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 30,5%, sedangkan sisanya sebesar 69,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

ABSTRAK

WHENIKA PUTRI, Supervisor: Ms. Sayekti Indah Kusuma M.Akun and Mr. Dhiya'u Shidiqi, M.M. *The Influence of Promotion on Purchasing Decisions for the Fashion Brand Jims Honey in Kediri. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Syekh Wasil State Islamic University, Kediri, 2026.*

Keywords: *Promotion, Purchasing Decisions.*

Promotion is a marketing strategy used by companies to introduce products, attract consumer attention, and encourage purchases. Promotion variables are measured through indicators of attractiveness, curiosity optimization, commitment, and affinity, while purchasing decision variables are measured through indicators of product choice, brand choice, distributor choice, purchase timing, and purchase amount.

This study uses a quantitative approach with an associative approach, aiming to examine the relationship and influence between promotional variables on purchasing decisions. Sampling used a non-probability sampling method with an accidental sampling technique, and Isaac and Michael tables were used to determine the number of respondents. Data were obtained by distributing questionnaires to 349 Jims Honey Kediri consumers.

The results showed that the promotion variable obtained an average (mean) score of 42.570 with a standard deviation of 9.678, falling within the fair category. The purchasing decision variable obtained an average (mean) score of 52.810 with a standard deviation of 12.611, falling within the fair category. The results of the Pearson correlation test show a correlation coefficient value of 0.552, which means there is a strong relationship between promotion and purchasing decisions. The results of the simple linear regression analysis show a regression coefficient of 0.484, which indicates that every increase in promotion will be followed by an increase in purchasing decisions. The results of the t test show a calculated t value of 17.307, which is greater than the t table of 1.967 with a significance level of $0.000 < 0.05$, so that promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the determination coefficient test show an R Square value of 0.305 or 30.5%, which means that promotions are able to explain purchasing decisions by 30.5%, while the remaining 69.5% is influenced by other factors outside the study.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena dengan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Brands Fashin Jims Honey di Kediri” serta penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan Ridha-Nya sehingga menjadi ilmu yang bermanfaat di dunia dan di akhirat.

Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi akhir zaman yang membawa risalah kebenaran, serta kepada keluarga, para sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Semoga kita semua mendapatkan syafaat beliau di hari akhir. Aamiin.

Dalam penyelesaian skripsi ini, banyak kesulitan dan rintangan yang ditemui penulis, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga menuntut penulis untuk berusaha menambah wawasan keilmuan yang lebih banyak. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Sayekti Indah Kusuma M.Akun selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan masukan-masukan demi sempurnanya skripsi ini.

4. Bapak Dhiya'u Shidiqi, M.M selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga terselesainya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
6. Pihak-pihak di Jims Honey Kediri.
7. Bapak, Ibu dan segenap keluarga yang selalu senantiasa mendoakan, menyayangi, mencintai, memberikan dukungan, dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2022, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang membantu, memberikan dukungan, dan mendo'akan akan penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Pada akhirnya, penulis hanya bisa mendoakan agar segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah dengan tulus dan ikhlas berkorban, membantu, serta memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi ini, penulis hanya bisa mendoakan semoga kebaikan mereka semua diterima Allah SWT. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Kediri, 7 Juli 2026

Whenika Putri
NIM.22401147

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Penelitian Terdahulu	13
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
A. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	17
B. Konsep Umum Promosi.....	19
C. Keputusan Pembelian.....	21
D. Kerangka Berpikir.....	25
E. Hipotesis Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Rancangan Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel	27

D. Definisi Operasional	29
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Instrumen Penelitian	31
G. Teknik Anaalisis Data.....	31
H. Teknik Keabasaan Data	33
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN	41
A. Gambaran Objek Penelitian	41
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
C. Deskripsi Variabel.....	44
D. Deskripsi Data.....	68
E. Analisis Data.....	71
BAB V	82
PEMBAHASAN.....	82
A. Promosi pada <i>Brand fashion</i> Jims Honey Kediri.....	82
B. Keputusan Pembelian pada <i>Brand fashion</i> Jims Honey Kediri	86
C. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Brand fashion</i> Jims Honey Kediri.....	92
BAB VI.....	96
PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 PDRB ADHB per kapita di provinsi Jawa Timur pada 2024	2
Tabel 1. 2 Beberapa Brand Fashion Wanita yang ada di Kota Kediri	4
Tabel 1. 3 Jumlah Responden pemilihan brand Tas.....	6
Tabel 1. 4 Perbandingan Brand Fashion yang ada di Kota Kediri.....	6
Tabel 1. 5 Alasan Melakukan Pembelian.....	10
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%.....	28
Tabel 3. 2 Indikator Promosi (X)	29
Tabel 3. 3 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	30
Tabel 3. 4 Kriteria Koefisien Korelasi	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	44
Tabel 4. 4 Data Hasil Dari Pertanyaan Promosi yang Dilakukan Oleh Jims Honey Terlihat Menarik Dan Mampu Menarik Perhatian Saya	45
Tabel 4. 5 Data Hasil Dari Pertanyaan Tampilan Visual dan Isi Promosi Jims Honey Disajikan Dengan Cara yang Menarik	46
Tabel 4. 6 Data Hasil Pertanyaan Promosi Jims Honey Membuat Saya Tertarik Untuk Memperhatikan Produk yang Ditawarkan	46
Tabel 4. 7 Data Hasil Dari Pertanyaan Promosi Jims Honey Membuat Saya Ingin Mengetahui Lebih Banyak Tentang Produk Tersebut	47
Tabel 4. 8 Data Hasil Dari Pertanyaan Informasi Yang Disampaikan Dalam Promosi Jims Honey Menimbulkan Rasa Penasaran Pada Diri Saya	48
Tabel 4. 9 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Terdorong Untuk Mencari Informasi Tambahan Setelah Melihat Promosi Jims Honey	49
Tabel 4. 10 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Merasa Terdorong Untuk Memilih Produk Jims Honey Setelah Melihat Promosi yang Dilakukan	50
Tabel 4. 11 Data Hasil Dari Pertanyaan Promosi Jims Honey Membuat Saya Semakin Yakin Untuk Mempertimbangkan Pembelian.....	51

Tabel 4. 12 Data Hasil Pertanyaan Promosi yang Dilakukan Secara Berulang Meningkatkan Keyakinan Saya Untuk Membeli Produk Jims Honey.....	52
Tabel 4. 13 Data Hasil Dari Pertanyaan Promosi Jims Honey Membuat Saya Merasa Lebih Dekat Dengan Merek Tersebut	53
Tabel 4. 14 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Menjadi Lebih Menyukai Produk Jims Honey Setelah Melihat Promosi	53
Tabel 4. 15 Data Hasil Pertanyaan Promosi Jims Honey Meningkatkan Ketertarikan Saya Terhadap Merek Dibandingkan Merek Lain	54
Tabel 4. 16 Data Hasil Pertanyaan Saya Memilih Produk Jims Honey Karena Sesuai Dengan Kebutuhan Saya.....	55
Tabel 4. 17 Data Hasil Pertanyaan Saya Mempertimbangkan Kualitas Produk Jims Honey Sebelum Memutuskan Untuk Membeli.....	56
Tabel 4. 18 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Merasa Produk Jims Honey Sesuai Dengan Selera atau Gaya Saya	57
Tabel 4. 19 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Percaya Bahwa Merek Jims Honey Memiliki Kualitas yang Baik	58
Tabel 4. 20 Data hasil dari pertanyaan saya lebih memilih merek jims honey dibandingkan merek lain	58
Tabel 4. 21 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Menjadikan Merek Jims Honey Sebagai Pilihan Utama Dalam Membeli Produk Fashion.....	59
Tabel 4. 22 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Membeli Produk Jims Honey Melalui Distributor yang Terpercaya	60
Tabel 4. 23 Data Hasil Dari Pertanyaan Kemudahan Mendapatkan Produk Jims Honey Mempengaruhi Keputusan Pembelian Saya.....	61
Tabel 4. 24 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Merasa Nyaman Membeli Produk Jims Honey Baik Secara Online Maupun Offline.....	62
Tabel 4. 25 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Menentukan Waktu Pembelian Produk Jims Honey Sesuai Dengan Kebutuhan Saya	62
Tabel 4. 26 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Cenderung Membeli Produk Jims Honey Saat Terdapat Promosi Atau Diskon	63
Tabel 4. 27 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Mempertimbangkan Waktu Tertentu (Misalnya Trend atau Kebutuhan) Sebelum Membeli Produk Jims Honey	64

Tabel 4. 28 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Membeli Produk Jims Honey Dalam Jumlah Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Saya	65
Tabel 4. 29 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Terkadang Membeli Lebih Dari Satu Produk Jims Honey Dalam Satu Kali Pembelian.....	66
Tabel 4. 30 Data Hasil Dari Pertanyaan Saya Meningkatkan Jumlah Pembelian Produk Jims Honey Ketika Terdapat Penawaran Menarik	67
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas Variabel X Promosi.....	69
Tabel 4. 32 Uji Reliabilitas X (Promosi)	69
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas Variabel Y Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Keputusan Pembelian	71
Tabel 4. 35 Analisis Deskriptif	72
Tabel 4. 36 Kategorisasi Nilai Variabel Promosi (X)	77
Tabel 4. 37 Kategorisasi Nilai Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4. 38 Uji Normalitas.....	79
Tabel 4. 39 Hasil Uji Heterokedastisitas menggunakan Uji Glejser.....	75
Tabel 4. 40 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4. 41 Hasil Uji Korelasi Sederhana.....	77
Tabel 4. 42 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	78
Tabel 4. 43 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Brand Fashion</i> di Jims Honey Kediri	26
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambar Tabel Sampel Isaac Michael Dengan Taraf Kesalahan 1% 5% 10%	102
Lampiran 2 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba Penelitian	104
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Uji Intrumen	107
Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas	110
Lampiran 6 Hasil Output Uji Reliabilitas	112
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 8 Tabulasi Data Penelitian.....	117
Lampiran 9 Output SPSS	139
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	151
Lampiran 11 Surat Balasan Penelitian	153
Lampiran 12 Lembar Konsultasi Pembimbing 1	154
Lampiran 13 Lembar Konsultasi Pembimbing 2	155