

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN  
PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO TAHUN 2022**

**SKRIPSI**



**OLEH :  
EVA RATNA SARI  
NPM.18210009**

**PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN  
PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO TAHUN 2022**

**SKRIPSI**

Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana  
Pendidikan Ekonomi

**OLEH:  
EVA RATNA SARI  
NPM. 18210009**

**PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

# PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO TAHUN 2022

Eva Ratna Sari<sup>1</sup>, Dra. Hj. Ningrum, M.TA<sup>2</sup>, Tiara Anggia Dewi, M.Pd<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Metro

E-mail: [evaratnasari159@gmail.com](mailto:evaratnasari159@gmail.com)<sup>1)</sup>

[draningrummta@gmail.com](mailto:draningrummta@gmail.com)<sup>2)</sup>

[tiara.anggia.d@gmail.com](mailto:tiara.anggia.d@gmail.com)<sup>3)</sup>

## Abstrak

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian tersebut. Setiap perusahaan yang dibangun oleh badan usaha atau perorangan pada umumnya sama yaitu untuk mencari laba yang sebanyak-banyaknya dengan cara meningkatkan pembelian pada perusahaan, maka diperlukan berbagai macam kegiatan pemasaran yang salah satunya adalah dengan mengadakan kegiatan promosi bagi produk yang di hasilkan, dengan adanya kegiatan promosi penjualan di setiap perusahaan secara tidak langsung akan membantu bertambahnya pembelian pada produk di setiap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di toko Qolsa Fashion Store. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Qolsa di kota metro. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan jumlah populasi menjadi 50 responden saja. Data di ambil melalui metode kuesioner (angket). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan EXEL. Pengujian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, dan uji regresi linier sederhana. Hasil menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa pada tahun 2022. Hasil analisis perhitungan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tab}$  tersebut di atas berarti diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tab}$  dapat dilihat pada tabel t pada daftar signifikan 5% yaitu  $2.65 > 1.68$  dan pada taraf signifikansi 1% yaitu  $2.65 > 2.42$ .

**Kata Kunci: Promosi, Keputusan pembelian dan Toko baju**

## THE EFFECT OF PROMOTION ON CLOTHING PURCHASE DECISIONS AT QOLSA STORE IN METRO CITY IN 2022

Eva Ratna Sari<sup>1</sup>, Dra. Hj. Ningrum, M.TA<sup>2</sup>, Tiara Anggia Dewi, M.Pd<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Muhammadiyah Metro University*

E-mail: [evaratnasari159@gmail.com](mailto:evaratnasari159@gmail.com)<sup>1)</sup>  
[draningrummta@gmail.com](mailto:draningrummta@gmail.com)<sup>2)</sup>  
[tiara.anggia.d@gmail.com](mailto:tiara.anggia.d@gmail.com)<sup>3)</sup>

### *Abstract*

Promotion is a communication activity carried out by a person or company with the wider community, where the aim is to introduce something (goods/services/brands/companies) to the community and at the same time influence the wider community to buy and use the product. Purchasing decisions are a process where consumers choose and evaluate products or services, often consumers consider various things that suit their needs in the purchase decision process. Every company built by a business entity or individual is generally the same, namely to seek as much profit as possible by increasing purchases at the company, it takes various kinds of marketing activities, one of which is to hold promotional activities for the products produced, with the existence of marketing activities. Sales promotion in each company will indirectly help increase purchases of products in each company. This study aims to determine how much influence promotion has on purchasing decisions at the Qolsa Fashion Store. The type of research used is quantitative research. The population in this study were all consumers of the Qolsa store in the metro city. In this study, samples were taken as many as 100 respondents with a population of only 50 respondents. Data was taken through a questionnaire method (questionnaire). Data processing is done with the help of EXCEL. This test includes validity test, reliability test, normality test, homogeneity test, and simple linear regression test. The results show that there is a significant positive effect of promotion on purchasing decisions.

The results of this study indicate that: There is a promotion effect on purchasing decisions for clothing at the Qolsa store in 2022. The results of the analysis of the calculation of the tcount and ttab values mentioned above mean that it is known that tcount > ttab can be seen in table t in the 5% significant list, namely 2.65 > 1.68 and at a significance level of 1%, namely 2.65 > 2.42.

***Keywords: Promotion, Purchase decision and clothes shop***

## RINGKASAN

**SARI, EVA RATNA.** 2022. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa di kota Metro tahun 2022. Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dra. Hj. Ningrum, M.TA. (2) Tiara Anggia Dewi, M.Pd.

Seiring berkembangnya jaman, tentunya akan selalu memicu adanya tren-tren baru yang dianggap eksis dimasa itu. Perkembangan ini bisa dari segala macam ide, dari teknologi hingga cara berpenampilan. Dari setiap perkembangan tersebut, tentunya menimbulkan rasa ketertarikan tersendiri bagi siapa saja yang melirik dan tentunya dianggap keren jika mengikuti alur perkembangan tersebut. Maka dari itu, tak sedikit orang-orang yang selalu mengikuti perkembangan tren tersebut, apalagi dikalangan remaja yang sifatnya penasaran atau selalu ingin tahu.

Salah satu perkembangan yang dominan terlihat ialah cara berpakaian atau fashion yang sering digandrungi oleh anak-anak muda jaman sekarang. Penampilan tersebut meliputi baju, celana, dress, rok, dan aksesoris lainnya serta berbagai hal yang berkaitan dengannya. Dengan cara memadukan hal-hal tersebut, tentunya akan membuat gaya tersendiri atau nilai fashion bagi mereka. Fashion seolah-olah telah menjadi sebuah ciri khas dan kepribadian mereka. Sesuai dengan makna dari fashion itu sendiri, yaitu bersifat unik dan berani tampil beda. Hal tersebut merupakan pengaruh positif dari perkembangan fashion dikalangan remaja, yang juga menjadikan mereka kreatif dan berani menampilkan jati diri sesuai dengan passion mereka.

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Dalam promosi penjualan tersebut terdapat kegiatan-kegiatan antara lain penetapan harga jual produk, perencanaan biaya distribusi dan biaya lain. Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau

jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian tersebut. Setiap perusahaan yang dibangun oleh badan usaha atau perorangan pada umumnya sama yaitu untuk mencari laba yang sebanyak-banyaknya dengan cara meningkatkan pembelian pada perusahaan, maka diperlukan berbagai macam kegiatan pemasaran yang salah satunya adalah dengan mengadakan kegiatan promosi bagi produk yang di hasilkan, dengan adanya kegiatan promosi penjualan di setiap perusahaan secara tidak langsung akan membantu bertambahnya pembelian pada produk di setiap perusahaan.

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui penyebaran angket yang diberikan kepada 50 orang konsumen toko Qolsa maka dapat diketahui karakteristik setiap konsumen. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi toko Qolsa dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai karakteristik konsumennya dimasa yang akan datang. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian kepada 50 orang konsumen pelanggan Qolsa. Dari 50 konsumen yang mengisi lembar angket, ada 6 ibu rumah tangga yang bersedia mengisi lembar angket, 9 orang remaja SMA dan 35 orang mahasiswa. Responden yang paling banyak mengisi data angket adalah dari kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana dari perhitungan  $T_{hitung}$  lebih besar  $2.5043 >$  dibandingkan  $T_{tabel}$  ( $0,2787$ ) dengan taraf signifikansi 5% yang diperoleh dari perhitungan uji hipotesis pada lampiran, jadi  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian(Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah Positif.

Dengan hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa di kota metro tahun 2022"

## PERSETUJUAN

Skripsi oleh **EVA RATNA SARI** ini,  
Telah diperbaiki dan disetujui untuk diuji:

Metro, Juni 2022

Pembimbing I



**Dra. Hj. Ningrum, M.TA.**  
**NIDN. 19580251985032001**

Pembimbing II



**Tiara Anggia Dewi, M.Pd.**  
**NIDN. 0219019102**

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



**Triani Ratnawuri, M.Pd**  
**NIDN. 0210078601**



## PENGESAHAN

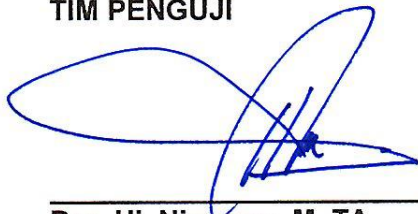
Skripsi oleh **EVA RATNA SARI** ini,

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal,

Rabu, 06 Juli 202


### TIM PENGUJI



\_\_\_\_\_. Ketua  
**Dra. Hj. Ningrum, M. TA**  
NIDN. 19580251985032001



\_\_\_\_\_. Sekretaris  
**Tiara Anggia Dewi, M.Pd**  
NIDN. 0219019102



\_\_\_\_\_. Penguji Utama  
**Triani Ratnawuri, M.Pd**  
NIDN. 0210078601

Mengetahui,  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



**Drs. Partono, M.Pd.**  
NIP. 19660413199103 1 003

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنِينَ مَرَّصُونَ ﴿٤﴾

Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

**(Q.S. As Shaff : 4)**

“Kamu bisa menyembunyikan semua isi hatimu pada manusia disekitarmu  
tetapi tidak dengan Allah”

**(Eva Ratna Sari)**

## PERSEMBAHAN

Dengan Mengucapkan syukur yang tidak terputus-putusnya Alhamdulillahirobbilalamin skripsi ini telah peneliti selesaikan. Dengan segala kerendahan jiwa kehadiran yang maha kuasa Allah rabbul Izzati. Tidak lupa sholawat dan salam akan tetap terlimpahkan kepada nabi besar muhammad shallallahu alaihi wasallam. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Yang utama dari segalanya, sembah sujud syukur kepada Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.
2. Ayahanda maryanto dan Ibunda Sulastri, yang telah memberikan kasih sayangnya penuh keikhlasan serta motivasinya yang sangat luar biasa dalam membina anak-anaknya untuk menjadi manusia-manusia pengemban amanah lingkaran syahadat serta selalu mengingatkan untuk jujur terhadap segala sesuatu yang ada dalam kehidupan bermanusia. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku.
3. Kakakku tercinta David Andi Rianto, yang telah menjadikan hidup ini terasa lebih sempurna walaupun tiada kesempurnaan dalam kehidupan yang serba singkat ini. terima kasih selalu mengingatkan dan menyemangatkan dalam keadaan apapun.
4. Terima kasih kepada kakak iparku Arini Nurkhasanah dan kepada keponakan tersayang Hanin hanania Ramadhani yang selalu menjadi support system dalam keadaan apapun.
5. Terimakasih kepada sahabatku Dela Marsela telah menjadikan hari-hari biasa menjadi terasa lebih istimewa. Kamu yang selalu hadir tanpa diminta, Kamu yang selalu menyediakan waktu untukku. Tak ada yang bisa kuucapkan selain, terimakasih.”
6. Kawan-kawan Pendidikann Ekonomi Angkatan 2018 yang telah rela bersama-sama dari awal sampai berwisuda bersama.
7. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

***Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.***

Alhamdulillah, segala puji dan syukur hanya untuk Allah subhanahu wa ta'ala yang karenanyalah kita masih dapat beristiqomah dalam jalan dakwah Amar ma'ruf nahi mungkar mengemban amanah lingkaran syahadat di muka bumi ini. Ucapan syukur bertambah membahana ketika kami dapat menyelesaikan tugas akhir kami yang kami beri judul " pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa di kota Metro tahun 2022" .

Sholawat dan salam pasti terlimpah kepada nabi akhir zaman, pengemban amanah terberat di dunia, da'i terhebat di dunia panglima perang terlembut di dunia dan singkatnya manusia tersempurna akhlaknya yaitu Muhammad shallallahu alaihi wasallam.

Dalam pembuatan tugas akhir ini tiada kami lupakan doa dan dukungan kedua orang tua yang telah memberikan pengorbanan yang luar biasa demi mewujudkan individu yang sempurna..

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir demi mencapai gelar Sarjana S1 Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Metro. Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Bapak Drs. Partono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Ibu Triani Ratna Wuri, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ibu Dra. Hj. Ningrum, M.TA., selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Tiara Anggia Dewi, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II.

6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Orang tua dan teman-teman yang telah mensupport dan mendoakan.
8. Toko Qolsa Fashion Store yang telah membantu pelaksanaan penelitian dengan sangat baik.
9. Terimakasih kepada kucing-kucingku yang selama ini telah menjadi teman setia dengan segala keunikan dan kecerdasan yang dimilikinya, kucing-kucing yang selama ini bersamaku sering menjadi inspirasi munculnya kata-kata indah yang dapat memberikanku motivasi.

Begitu banyak membantu pada diri yang bukan siapa-siapa ini. Tentunya banyak hal yang didapatkan dalam pembuatan skripsi ini salah satunya bertambahnya pengetahuan yang mendalam mengenai pelaksanaan yang ada di toko pakaian.

Kami menyadari dengan sepenuh diri bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan tentu jauh dari kata sempurna, maka dari itu kami mengharapkan saran yang membangun demi baiknya skripsi ini. semoga skripsi sini bisa dimanfaatkan sebaik mungkin.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Metro, Juni 2022

Penulis



EVA RATNA SARI

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Eva Ratna Sari

NPM : 18210009

Fakultas : Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Jurusan : IPS

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO TAHUN 2022”** adalah karya saya bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, saya menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Juni 2022  
Yang membuat pernyataan



**Eva Ratna Sari**  
NPM. 18210009





UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 2806/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

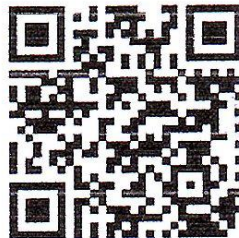
Nama : EVA RATNA SARI  
NPM : 18210009  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

### JUDUL:

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PAKAIAN PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO TAHUN 2022**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 08 Agustus 2022

Kepala Unit,



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.  
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Inggmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
Email: [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN LOGO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Asumsi Penelitian .....	5
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>	
A. Kajian Literatur tentang Keputusan Pembelian dan Promosi.....	6
1. Keputusan Pembelian .....	6
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	6
b. Peran dalam Keputusan Pembelian.....	6
c. Proses Keputusan Pembelian .....	6
2. Promosi.....	9
a. Pengertian Promosi .....	9
b. Tujuan Promosi.....	10



c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi .....	11
d. Alat-alat yang Digunakan dalam Promosi.....	12
B. Penelitian Relevan .....	13
C. Kerangka Pemikiran .....	16
D. Hipotesis Penelitian .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	17
B. Tahap Penelitian .....	17
1. Populasi .....	17
2. Sampel .....	18
3. Tahapan.....	18
C. Definisi Operasional Variabel .....	19
D. Teknik Pengumpulan Data .....	20
1. Observasi.....	20
2. Wawancara .....	20
3. Dokumentasi.....	21
4. Angket.....	21
E. Teknik Analisis Data .....	22
1. Uji Instrumen Data.....	22
a. Uji Validitas .....	22
b. Uji Reliabilitas .....	23
2. Uji Prasyarat Analisis.....	24
a. Uji Normalitas.....	24
b. Uji Homogenitas .....	25
3. Uji Hipotesis.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum .....	27
1. Sejarah Singkat Toko Qolsa Fashion Store.....	27
2. Visi-Misi dan Tujuan Toko Qolsa Fashion Store.....	28
3. Struktur Organisasi Toko Qolsa Fashion Store .....	28
B. Hasil Penelitian .....	31
1. Karakteristik Responden .....	31
2. Deskripsi Data Hasil Angket.....	33
3. Analisis Data.....	36

a. Uji Instrumen Penelitian .....	36
b. Uji Prasyarat Analisis.....	43
c. Uji Hipotesis .....	52

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Wawancara Pra Survey dengan Konsumen .....	3
2. Contoh Format Angket.....	22
3. Koefisien Korelasi Realibilitas.....	24
4. Responden Berdasarkan Usia .....	32
5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
6. Responden Berdasarkan Pendidikan .....	33
7. Data Hasil Angket Promosi (X) .....	33
8. Data Hasil Angket Keputusan Pembelian (Y).....	35
9. Contoh Perhitungan Validitas Untuk Butir Angket Promosi .....	37
10. Hasil Uji Validitas Angket Promosi (X).....	39
11. Contoh Perhitungan Validitas Untuk Butir Angket Keputusan Pembeli ....	40
12. Hasil Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian (Y) .....	41
13. Hasil Uji Reliabilitas Angket Kuesioner Variabel Promosi (X).....	42
14. Hasil Uji Reliabilitas Angket Kuesioner Variabel Promosi (Y).....	43
15. Daftar Distribusi Frekuensi Angket Promosi.....	44
16. Daftar Distribusi Frekuensi Harapan ( $E_i$ ) dan Frekuensi Pengamatan ( $O_i$ )	46
17. Daftar Distribusi Frekuensi Angket Promosi.....	47
18. Daftar Distribusi Frekuensi Harapan ( $E_i$ ) dan Frekuensi Pengamatan ( $O_i$ )	50
19. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	16
2. Struktur Toko Qolsa Fashion Store .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Lembar Pengesahan Proposal .....	61
2. Formulir Pengajuan Judul Skripsi .....	62
3. SK Bimbingan Skripsi .....	63
4. Izin Pra Survey .....	64
5. Balasan Pra Survey .....	65
6. Surat Izin Penelitian .....	66
7. Surat Izin Selesai Penelitian .....	67
8. Lembar Kuesioner .....	68
9. Kartu Bimbingan Proposal .....	70
10. Lembar Pengesahan Skripsi .....	71
11. Lembar Pra Survey .....	77
12. Lembar Kuesioner .....	78
13. Kisi-kisi Angket Penelitian .....	82
14. Uji Validitas .....	104
15. Data Uji Normalitas .....	110
16. Uji Homogenitas .....	114
17. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....	115
18. Tabel r .....	117
19. Tabel z .....	118
20. Tabel Chi Square .....	119
21. Tabel r Untuk df .....	120
22. Dokumentasi Penelitian .....	121
23. Lokasi Penelitian .....	124
24. Riwayat Hidup .....	127