

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAMSIABOBA  
BALANGAN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
YUNIA RATINA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2021 M/ 1443 H**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAMSIABOBA  
BALANGAN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
YUNIA RATINA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2021 M/ 1443 H**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAMSIABOBA  
BALANGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagai Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi Islam**

**Oleh :**

**Yunia Ratina  
170101050460**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2021 M/1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunia Ratina  
NIM : 170101050460  
Tempat/Tanggal Lahir : Hulu Sungai Utara, 14 Oktober 1998  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari  
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kamsiaboba Balangan” adalah benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang Saya akui sebagai tulisan atau pikiran Saya sendiri, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya Saya atau merupakan hasil plagiat maka Saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 19 Juli 2021  
Yang membuat pernyataan,



Yunia Ratina

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kamsiaboba Balangan

Ditulis oleh : Yunia Ratina  
NIM : 170101050460  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program : Strata Satu (S-1)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2020/2021  
Tempat dan Tanggal Lahir : Hulu Sungai Utara, 14 Oktober 1998  
Alamat : Komplek Perumahan Bumi Raya Indah, Blok.02, No.16, Kel. Batu Piring, Kec. Paringin Selatan, Kab. Balangan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 19 Juli 2021

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin



Rohana Faridah, S.E., M.M  
NIP. 19780427009012010

Pembimbing



Drs. Nispan Rahmi, M.Ag  
NIP. 196705011994031005

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kamsiaboba Balangan”, ditulis oleh Yunia Ratina, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 15 November 2021

Dinyatakan LULUS dengan predikat: 84,3 (A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
NIP. 1960060919880310003

Tim Penguji		Tanda Tangan
Nama		
1. Drs.Nispan Rahmi, M.Ag (Ketua)	1.	
2. Dra. Fithriana Syarqawie, MHI (Anggota)	2.	
3. Muhammad Saleh, SIP., M.A (Anggota)	3.	
4. Muhammad Hikam, Lc., MA.Ek (Anggota)	4.	

## ABSTRAK

**Yunia Ratina.** 2021. *Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kamsiaboba Balangan.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : Drs. Nispan Rahmi, M.Ag

**Kata Kunci :** Inovasi Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis termasuk pada bisnis minuman. Pelaku usaha dituntut berpikir lebih kritis, kreatif, dan inovatif untuk dapat merealisasikan berbagai ide guna menarik minat beli konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Inovasi produk dan promosi merupakan salah satu faktor yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, faktanya tidak semua jenis usaha yang menerapkan inovasi produk dan promosi sebagai strategi penjualan selalu dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kamsiaboba Balangan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari Kamsiaboba Balangan yang berjumlah 100 orang di mana teknik pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling* dan jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus *Unknown Populations*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dianalisis dengan Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $T_{hitung} 2,823 > T_{tabel} 1,984$  dengan signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$  untuk inovasi produk dan untuk promosi nilai  $T_{hitung} 5,670 > T_{tabel} 1,984$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kemudian, nilai  $F_{hitung} 70,634 > F_{tabel} 3,09$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, inovasi produk dan promosi berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

## **MOTTO**

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan” (QS. Al-Mujaidillah: 11)

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga” (HR. Muslim)

“Kesuksesan bukan sesuatu yang bisa didapatkan dengan instan, maka berproseslah hingga waktu menunjukkan saatnya kamu mendapatkan keberhasilan atas apa yang sudah kamu perjuangkan” (Yunia Ratina)



## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur Saya panjatkan kepada Allah SWT. Yang Maha Esa, Maha Agung, Maha Penyayang, Maha Pemurah, Maha pemberi segala apa yang hamba-Nya perlukan. Atas kehendak Engkau, Saya bisa menjadi pribadi yang lebih beriman, berwawasan, pribadi yang lebih baik, pribadi yang sekarang lebih bisa memaknai arti sabar dan kerja keras dalam suatu perjuangan untuk mencapai sebuah keinginan. Semoga salah satu keberhasilan ini dapat menjadi langkah awal untuk meraih apa yang seharusnya diraih, untuk mendapatkan apa yang ingin didapatkan, yaitu cita-cita.

Saya persembahkan sebuah karya sederhana yang di dalamnya terekam sebuah perjuangan untuk kedua Orang Tua Saya, Ayah dan Ibu tercinta. Terimakasih atas kasih sayang yang berlimpah ruah, atas perjuangan dan kerja keras kalian tanpa batas agar dapat menjadikan Saya sebagai anak yang dapat menempuh pendidikan dan memiliki wawasan, atas dukungan dan bimbingan, atas doa yang selalu dipanjatkan tak berkesudahan. Terimakasih karena tidak banyak menuntut namun selalu menuntun.

Terimakasih kepada para kakak yang siap sedia membantu dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi.

Terimakasih tak terhingga kepada dosen pembimbing, Bapak Drs. Nispan Rahmi, M.Ag atas bimbingan dan arahan yang selalu diberikan tanpa henti.

Terimakasih kepada seluruh dosen yang bersedia memberikan ilmu tanpa pamrih.

Terimakasih kepada Kamsiaboba Balangan yang bersedia memberi izin penelitian dan membantu selama proses penelitian berlangsung.

Terimakasih kepada seluruh sahabat dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas segala doa dan dukungannya.

Terakhir, terimakasih kepada seluruh teman-teman Ekonomi Syariah khususnya, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta seluruh teman-teman UIN Antasari Banjarmasin atas kenangan, ribuan tawa, ribuan bantuan limpahan solidaritas sehingga masa kuliah memberi kesan menyenangkan dan tak terlupakan. Semoga Allah senantiasa memberi kemudahan untuk kita semua.

Saya menyadari bahwa karya (skripsi) ini jauh dari kata sempurna, namun Saya berharap segala sesuatu yang ada di dalamnya tetap dapat memberi manfaat bagi para pembacanya.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1897.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta'	T	te
ث	sa'	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es

ث	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مَتَكَبِّر	ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُوس	ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III. Ta'marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	ditulis	<i>Jāmi''ah</i>
مَكْتَبَة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*.

المَكْتَبَة الْجَمِيلَة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
-------------------------	---------	-------------------------------

## IV. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U
شُكْر	Fathah	Ditulis	Syakara

قرأ	kasrah	Ditulis	qurī'a
ينطق	dammah	Ditulis	yanṭīqu

## V. Vokal Panjang

1	fathah + alif	Ditulis	<i>ā</i> <i>Kāmilah</i>
	كاملة	Ditulis	
2	fathah + ya mati	Ditulis	<i>ā</i> <i>ṣallā</i>
	صلى	Ditulis	
3	kasrah + ya mati	Ditulis	<i>ī</i> <i>syadīd</i>
	شديد	Ditulis	
4	dammah + wawu mati	Ditulis	<i>ū</i> <i>ṣudūr</i>
	صدر	Ditulis	

## VI. Vokal Rangkap

1	fathah + ya mati	ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
	رويد	ditulis	
2	fathah + wawu mati	ditulis	au <i>wa fir''auna zi al-autād</i>
	و فرعون ذي الأوتاد	ditulis	

**VII. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrop**

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

**VIII. Kata Sandang alif+lam**

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur''ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidghamkan*

الصبح	ditulis	<i>Aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

**IX. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Segala puji hanyalah bagi Allah swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kamsiaboba Balangan”** sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H.Mujiburrahman, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.



3. Rohana Faridah, SE., MM., dan Erisa Nilasari, S.P., M.P., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Drs. Nispan Rahmi, M.Ag., selaku Penasihat Akademik dan pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan saran serta meluangkan waktunya untuk penulis selama penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Perpustakaan UIN Antasari dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi pelayanan dan pinjaman literature.
7. Perpustakaan Daerah Kabupaten Balangan yang telah memberi pelayanan dan pinjaman literature selama tahap penyusunan skripsi.

Semoga Allah swt. Membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah swt. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 18 Juli 2021  
Penulis,



Yunia Ratina

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Operasional.....	11
F. Penelitian Terdahulu .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	19
<b>BAB II INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN KEPUTUSAN</b>	
<b>PEMBELIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Inovasi Produk .....	21
B. Promosi .....	25
C. Keputusan Pembelian.....	32
D. Kerangka Pemikiran.....	39
E. Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	41
D. Populasi dan Sampel .....	42
E. Data dan Sumber Data .....	43
F. Metode Pengumpulan Data .....	44
G. Teknis Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Usaha .....	51

B. Hasil Penelitian .....	54
1. Penyajian Data .....	54
2. Analisis Data .....	74
a. Uji Validitas .....	74
b. Uji Reliabilitas .....	76
c. Uji Asumsi Klasik .....	77
d. Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
e. Uji Hipotesis .....	82
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Menu Kamsiaboba Balangan .....	6
Tabel 1.2 Promo Kamsiaboba Balangan .....	8
Table 1.3 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.4 Penilaian Responden Tentang Inovasi Produk (X1.1) .....	56
Tabel 4.5 Penilaian Responden Tentang Inovasi Produk (X1.2).....	57
Tabel 4.6 Penilaian Responden Tentang Inovasi Produk (X1.3).....	58
Tabel 4.7 Penilaian Responden Tentang Inovasi Produk (X1.4).....	58
Tabel 4.8 Penilaian Responden Tentang Inovasi Produk (X1.5).....	59
Tabel 4.9 Penilaian Responden Tentang Inovasi Produk (X1.6).....	59
Tabel 4.10 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.1) .....	60
Tabel 4.11 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.2).....	61
Tabel 4.12 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.3).....	61
Tabel 4.13 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.4).....	62
Tabel 4.14 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.5).....	63
Tabel 4.15 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.6).....	63
Tabel 4.16 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.7).....	64
Tabel 4.17 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.8).....	65
Tabel 4.18 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.9).....	65
Tabel 4.19 Penilaian Responden Tentang Promosi (X2.10).....	66
Tabel 4.20 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y1) .....	67
Tabel 4.21 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y2) .....	67
Tabel 4.22 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y3) .....	68
Tabel 4.23 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y4) .....	69
Tabel 4.24 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y5) .....	69
Tabel 4.25 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y6) .....	70
Tabel 4.26 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y7) .....	71
Tabel 4.27 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y8) .....	71
Tabel 4.28 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y9) .....	72
Tabel 4.29 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y10) ....	73
Tabel 4.30 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y11) ....	73
Tabel 4.31 Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y12) ....	74
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	75
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	75
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk.....	76
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	77
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	77
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas .....	78
Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.40 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79
Tabel 4.41 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	80

Tabel 4.42 Hasil Uji T.....	82
Tabel 4.43 Hasil Uji F.....	84
Tabel 4.44 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Penyajian Kamsiaboba Balangan.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	40