

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Pemasaran Syariah	16
2.1.3 Keputusan Pembelian	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	23
2.1.5 Citra Merek	26
2.1.6 Harga.....	28
2.1.7 Promosi	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	39

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4 Kerangka Pemikiran	42
2.5 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.1.1 Variabel Penelitian.....	45
3.1.2 Definisi Operasional	46
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5 Metode Analisis Data	52
3.5.1 Uji Validitas	54
3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.5.5 Uji Goodness of Fit.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1 Gambaran Umum Produk	61
4.2 Gambaran Umum Responden.....	63
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Angkatan	64
4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin Perbulan	65
4.3 Metode Analisis Data	66
4.3.1 Analisis Deskriptif	66
4.3.2 Analisis Kuantitatif	70
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.3.4 Uji Goodness of Fit.....	81
4.3 Pembahasan	84

4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	86
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	88
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Keterbatasan penelitian	91
5.3 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93

