

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 |