

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xiv
Abstract	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	8
G. Penegasan Istilah.....	8
H. Sistematika Penulisan Skripsi	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen	12
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2. Keputusan Pembelian.....	15
B. Harga	16
1. Pengertian Harga.....	16

2. Tujuan Penentuan Harga.....	18
3. Penentuan Harga Secara Islam.....	22
C. Promosi.....	25
1. Pengertian Promosi.....	25
2. Promosi Menurut Islam.....	30
D. Penelitian Terdahulu.....	31
F. Kerangka Konseptual.....	34
G. Hipotesis Penelitian.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	38
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	47
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	48
3. Uji Asumsi Klasik.....	49
4. Heteroskedastisitas.....	51
5. Uji Analisis Regresi Berganda.....	53
6. Uji Hipotesis.....	54
7. Koefisien Determinasi.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	57
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	57
2. Deskripsi Responden.....	61
3. Deskripsi Variabel.....	63
B. Hasil Uji Analisis.....	63
C. Analisis Data.....	90
1. Uji Hipotesis.....	91

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga terhadap Perilaku Konsumen.....	96
---	----

B. Pengaruh Promosi terhadap Perilaku Konsumen.....	98
C. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Peilaku Konsumen.....	100

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN