

## 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 Gambar.....	xv
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
Abstrak .....	xviii
<i>Abstrak</i> .....	xix

### **BAB : I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Penegasan Istilah.....	10
F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	12

G. Sistematika Skripsi.....	12
-----------------------------	----

## **BAB : II LANDASAN TEORI**

A. Tinjauan Tentang Pengetahuan Merek.....	15
1. Pengetahuan Merek .....	15
2. Unsur-unsur Merek.....	16
3. Tujuan Pemberian Merek .....	17
4. Indikator Merek.....	18
5. Merek Dalam Persepektif Ekonomi Islam .....	20
B. Tinjauan Tentang Negara Produsen .....	23
1. Pengertian Negara Produsen .....	23
2. Komponen Negara Produsen.....	25
3. Indikator Negara Produsen.....	26
4. Dimensi Negara Produsen .....	26
C. Tinjauan Tentang Minat Konsumen.....	28
1. Pengertian Minat Konsumen .....	28
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen.....	30
3. Indikator Minat Konsumen .....	31
D. Tinjauan Tentang Pemasaran Syariah.....	32
1. Pengertian Pemasaran Syariah .....	32
2. Landasan Pemasaran Syariah .....	33
3. Rukun Pemasaran Syariah.....	35
4. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	36
E. Tinjauan Tentang Jual Beli .....	37

1. Pengertian Jual Beli.....	37
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	38
3. Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam.....	39
F. Penelitian Terdahulu .....	40
G. Kerangka Konseptual .....	47
H. Hipotesis Penelitian.....	49

### **BAB : III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
1. Pendekatan Penelitian.....	51
2. Jenis Penelitian .....	52
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	53
1. Populasi Penelitian .....	53
2. Sampling Penelitian.....	53
3. Sampel Penelitian .....	54
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	55
1. Sumber Data .....	55
2. Variabel .....	56
3. Skala Pengukuran .....	57
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	58
1. Teknik Pengumpulan Data .....	58
2. Instrumen Penelitian.....	59
E. Analisis Data .....	61
1. Uji Validitas .....	62

2. Uji Reliabilitas.....	62
3. Uji Asumsi Klasik .....	63
a. Uji Normalitas .....	63
b. Uji Multikolinieritas .....	64
c. Uji Heteroskedastisitas .....	65
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
5. Uji Hipotesis .....	66
a. Uji secara parsial (uji t) .....	67
b. Uji secara bersama-sama (uji f).....	67
6. Uji Koefisien Determinasi.....	68

**BAB: IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Data.....	69
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	69
a. Sejarah Singkat Counter Sedayu Asri Celluler .....	69
b. Visi dan Misi .....	69
c. Struktur Organisasi .....	70
d. Deskripsi Tugas .....	70
2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	71
3. Deskripsi Variabel.....	76
B. Hasil Analisis Data.....	85
1. Uji Validitas .....	85
2. Uji Reliabilitas.....	88
3. Uji Asumsi Klasik .....	89

a. Uji Normalitas .....	89
b. Uji Multikolinieritas .....	90
c. Uji Heteroskidastisitas .....	92
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	92
5. Uji Hipotesis.....	94
a. Uji secara parsial (uji t) .....	94
b. Uji secara bersama-sama (uji f).....	96
6. Uji Koefisien Determinasi.....	97

**BAB : V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Pengetahuan Merek terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Produk Handphone di Counter Sedayu Asri Celluler Bandung Tulungagung dalam Ekonomi Islam.....	99
B. Pengaruh Negara Produsen terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Produk Handphone di Counter Sedayu Asri Celluler Bandung Tulungagung dalam Ekonomi Islam.....	102
C. Pengaruh Pengetahuan Merek dan Negara Produsen terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Produk Handphone di Counter Sedayu Asri Celluler Bandung Tulungagung dalam Ekonomi Islam .....	104
D. Pengaruh Pengetahuan Merek dan Negara Produsen terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Produk Handphone di Counter Sedayu Asri Celluler Bandung Tulungagung dalam Ekonomi Islam yang Lebih Dominan.....	105

**BAB : VI PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1.1 Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	3
1.2 Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	4
4. 1 Struktur Organisasi Counter Sedayu Asri.....	70
4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
3.1 Skala Penilaian Liker.....	57
3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	60
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	73
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	74
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan .....	75
4.5 Data Deskripsi Variabel Pengetahuan Merek .....	76
4.6 Data Deskripsi Variabel Negara Produsen.....	79
4.7 Data Deskripsi Variabel Minat Konsumen .....	82
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Merek .....	86
4.9 Hasil Uji Variabel Negara Produsen .....	86
4.10 Hasil Uji Variabel Minat Konsumen.....	87
4.11 Hasil Uji Reliabilitas Data .....	88
4.12 Hasil Uji Normalitas .....	90
4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	91
4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	93
4.16 Hasil Uji Secara Parsial ( Uji t ).....	95
4.17 Hasil Uji Secara Bersama-sama ( Uji F ).....	97
4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	98



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman Dokumentasi
- Lampiran 2 : Pedoman Kuisioner
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8 : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 : Tabulasi Data
- Lampiran 10 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Bukti Penelitian
- Lampiran 12 : Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 13 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 14 : Daftar Riwayat Hidup