

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak.....	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	14
B. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	

1. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	18
2. Strategi Merek (<i>Brand Strategic</i>).....	21
3. Keterkaitan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	22
4. Indikator <i>Brand Image</i>	23
5. Citra Merek dalam Perspektif Islam	23
C. Kualitas Produk	
1. Pengertian Kualitas Produk.....	25
2. Dimensi Kualitas Produk	27
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	28
4. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam	29
D. Harga	
1. Pengertian Harga.....	30
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Harga	31
3. Penetapan Harga.....	34
4. Tujuan Penetapan Harga	36
5. Penerapan Harga dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
E. Keputusan Pembelian	
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	38
2. Peran dan Pembelian	39
3. Tahap-tahap proses pengambilan keputusan.....	40
4. Indikator pengambilan keputusan	44
F. Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	45
G. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	45
H. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	47
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	48
J. Kerangka Konseptual	52
K. Hipotesis Penelitian.....	53

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Definisi Konsep dan Operasional	56
C. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	59
D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	61
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	64
F. Teknik Analisis Data.....	70
1. Pengukuran Variabel.....	70
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
3. Uji Asumsi Klasik	74
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	75
5. Uji Hipotesis	76
6. Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	78

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	80
B. Profil Responden.....	85
C. Karakteristik Responden	86
D. Deskripsi Variabel.....	89
E. Uji Validitas dan Reabilitas	119
1. Uji Validitas	119
2. Uji Reliabilitas	121
F. Uji Asumsi Klasik.....	122
1. Uji Normalitas.....	122
2. Uji Multikolinieritas.....	123
3. Uji Heteroskedastisitas	124
G. Uji Regresi Linier Berganda Hasil.....	125
H. Uji Hipotesis	127
1. Uji T	127

2. Uji F	130
3. Koefisien Determinan (R^2).....	132

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung	133
B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	134
C. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	136
D. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung	138

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	140
B. Saran	141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Top 5 Smartphone Companies Market	2
4.1 Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	87
4.2 Jenis Kelamin Responden	88
4.3 Usia Responden.....	90
4.4 Jurusan Responden.....	91
4.5 Semester Responden	92
4.6 Deskripsi Variabel $X_{1.1}$	93
4.7 Deskriptif Statistik Variabel $X_{1.1}$	93
4.8 Deskripsi Variabel $X_{1.2}$	94
4.9 Deskriptif Statistik Variabel $X_{1.2}$	94
4.10 Deskripsi Variabel $X_{1.3}$	95
4.11 Deskriptif Statistik Variabel $X_{1.3}$	95
4.12 Deskripsi Variabel $X_{1.4}$	96
4.13 Deskriptif Statistik Variabel $X_{1.4}$	96
4.14 Deskripsi Variabel $X_{1.5}$	97
4.15 Deskriptif Statistik Variabel $X_{1.5}$	97
4.16 Rangkuman Tabel Frekuensi (X_1).....	98
4.17 Rangkuman Tabel Deskriptive Frekuensi(X_1).....	99

4.18 Deskripsi Variabel $X_{2,1}$	99
4.19 Deskriptif Statistik Variabel $X_{2,1}$	100
4.20 Deskripsi Variabel $X_{2,2}$	100
4.21 Deskriptif Statistik Variabel $X_{2,2}$	101
4.22 Deskripsi Variabel $X_{2,3}$	101
4.23 Deskriptif Statistik Variabel $X_{2,3}$	102
4.24 Deskripsi Variabel $X_{2,4}$	102
4.25 Deskriptif Statistik Variabel $X_{2,4}$	103
4.26 Deskripsi Variabel $X_{2,5}$	103
4.27 Deskriptif Statistik Variabel $X_{2,5}$	104
4.28 Deskripsi Variabel $X_{2,6}$	104
4.29 Deskriptif Statistik Variabel $X_{2,6}$	105
4.30 Rangkuman Tabel Frekuensi (X_2).....	105
4.31 Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic(X_2).....	106
4.32 Deskripsi Variabel $X_{3,1}$	106
4.33 Deskriptif Statistik Variabel $X_{3,1}$	107
4.34 Deskripsi Variabel $X_{3,2}$	107
4.35 Deskriptif Statistik Variabel $X_{3,2}$	108
4.36 Deskripsi Variabel $X_{3,3}$	108
4.37 Deskriptif Statistik Variabel $X_{3,3}$	109
4.38 Deskripsi Variabel $X_{3,4}$	109
4.39 Deskriptif Statistik Variabel $X_{3,4}$	110

4.40 Deskripsi Variabel $X_{3,5}$	110
4.41 Deskriptif Statistik Variabel $X_{3,5}$	111
4.42 Deskripsi Variabel $X_{3,6}$	111
4.43 Deskriptif Statistik Variabel $X_{3,6}$	112
4.44 Rangkuman Tabel Frekuensi (X_3).....	112
4.45 Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic(X_3).....	113
4.46 Deskripsi Variabel Y_1	114
4.47 Deskriptif Statistik Variabel Y_1	114
4.48 Deskripsi Variabel Y_2	115
4.49 Deskriptif Statistik Variabel Y_2	115
4.50 Deskripsi Variabel Y_3	116
4.51 Deskriptif Statistik Variabel Y_3	116
4.52 Deskripsi Variabel Y_4	117
4.53 Deskriptif Statistik Variabel Y_4	117
4.54 Deskripsi Variabel Y_5	118
4.55 Deskriptif Statistik Variabel Y_5	118
4.56 Deskripsi Variabel Y_6	119
4.57 Deskriptif Statistik Variabel Y_6	119
4.58 Deskripsi Variabel Y_7	120
4.59 Deskriptif Statistik Variabel Y_7	120
4.60 Rangkuman Tabel Frekuensi Y.....	121
4.61 Rangkuman Tabel Deskriptive Statistic Y	122

4.62 Hasil Uji Validitas.....	123
4.63 Hasil Uji Reliabilitas.....	124
4.64 Hasil Uji Normalitas.....	125
4.65 Hasil Uji Multikolinieritas.....	126
4.66 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	129
4.67 Hasil Uji T.....	131
4.68 Hasil Uji F.....	134
4.69 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Harga	34
2.2 Proses Keputusan Pembelian	44
2.3 Model Kerangka Konseptual.....	55
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	128

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Mentah Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 7 : Kartu Bukti Bimbingan
- Lampiran 8 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup