

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan Penguji.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Motto .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	13
G. Penegasan Istilah.....	14
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Hakekat Keputusan Pembelian .....	18
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	19
3. Proses Pengambilan Keputusan.....	20
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	21
B. Hakekat Citra Merek .....	22

1. Pengertian Citra Merek.....	22
2. Kriteria dalam Pemilihan Merek .....	23
3. Komponen Citra Merek .....	24
4. Faktor – Faktor Pembentuk Merek .....	24
5. Indikator Citra Merek .....	26
C. Hakekat Harga.....	26
1. Pengertian Harga .....	26
2. Tujuan Penetapan Harga.....	27
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	28
4. Indikator Harga.....	29
D. Hakekat Gaya Hidup .....	30
1. Pengertian Gaya Hidup Secara Umum .....	30
2. Gaya Hidup Islami.....	32
3. Indikator Gaya Hidup .....	33
E. Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian.....	34
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
G. Kerangka Konseptual .....	46
H. Hipotesis Penelitian.....	46

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

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	50
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	53
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	55
E. Teknik Analisis Data.....	58
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
2. Uji Asumsi Klasik .....	61
3. Uji Regresi Linear Berganda .....	63
4. Uji Hipotesis .....	63
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66
B. Karakteristik Responden .....	74
C. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	78
D. Hasil Penelitian .....	85
1. Uji Instrumen Data .....	85
2. Uji Asumsi Klasik .....	88
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	94
4. Uji Hipotesis .....	95
5. Uji Koefisien Determinasi .....	98

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	100
B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	102
C. Pengaruh Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian .....	103
D. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian.....	105

#### **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	109
B. Saran.....	110

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN - LAMPIRAN**