

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| Halaman Sampul Luar | i |
| Halaman Sampul Dalam | ii |
| Persetujuan Pembimbing | iii |
| Pengesahan Penguji | iv |
| Motto | v |
| Halaman Persembahan | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel | xii |
| Daftar Gambar | xiii |
| Daftar Lampiran | xiv |
| Abstrak | xv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 11 |
| C. Rumusan Masalah | 12 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 13 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian | 15 |
| G. Penegasan Istilah | 16 |
| H. Sistematika Penulisan Skripsi | 18 |

BAB II LANDASANTEORI

| | |
|--|----|
| A. Pemasaran..... | 21 |
| B. Manajemen Pemasaran..... | 22 |
| C. Keputusan Pembelian | 24 |
| D. Iklan..... | 28 |
| E. Citra Merek | 32 |
| F. Kualitas Produk | 37 |
| G. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 40 |
| H. Pandangan Islam | 43 |
| I. Kajian Penelitian Terdahulu..... | 47 |
| J. Kerangka Konseptual | 63 |
| K. Hipotesis..... | 66 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 67 |
| B. Populasi, Sampel dan Sampling..... | 67 |
| C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran | 70 |
| D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian | 71 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 76 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 83 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 89 |
| C. Analisis Data Penelitian | 96 |

BAB V PEMBAHASAN

- A. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Arascarf pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....111
- B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Arascarf pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....113
- C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Arascarf pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung115
- D. Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Arascarf pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung118

BAB VI PENUTUP

- A. Kesimpulan.....122
- B. Saran.....123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN