

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Sampul Dalam	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian.....	13
F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian	15
G. Penegasa Istilah.....	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi	18
BAB II	20
LANDASAN TEORI	20
A. Manajemen Pemasaran	20
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	20
B. Minat Beli	23

1. Pengertian Minat Beli	23
2. Aspek Minat Beli	23
3. Tahapan Minat Beli.....	25
C. Citra Merek.....	28
1. Citra Merek dalam Perspektif Islam	28
2. Pengertian Citra Merek	30
3. Manfaat Merek	32
4. Dimensi Citra Merek.....	34
5. Hubungan antara citra merek terhadap minat beli	34
D. Harga	35
1. Pengertian Harga.....	35
2. Tujuan penetapan harga	36
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	37
4. Dimensi Harga.....	38
5. Hubungan antara harga dengan minat beli	39
E. Kualitas Produk.....	39
1. Pengertian Kualitas Produk	39
2. Dimensi kualitas produk	40
3. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam	42
4. Hubungan antara kualitas produk dengan minat beli.....	43
F. Penelitian Terdahulu	43
G. Kerangka Konseptual	50
H. Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
1. Pendekatan Penelitian	53
2. Jenis Penelitian	53
B. Populasi, <i>Sampling</i> dan Sampel Penelitian	54
1. Populasi	54
2. <i>Sampling</i>	54

3. Sampel Penelitian	55
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	56
1. Sumber Data	56
2. Variabel	57
3. Skala Pengukuran	58
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	58
1. Teknik Pengumpulan Data	58
2. Instrumen Penelitian	59
3. Uji Instrumen.....	61
E. Teknik Analisis Data.....	62
1. Analisis Deskriptif	62
2. Uji Multikolinearitas	62
3. Persamaan Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	64
5. Uji F (Uji secara Simultan)	64
6. Uji t (Uji secara Parsial)	65
7. Uji Asumsi Klasik.....	65
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN	68
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	68
1. Sejarah Perusahaan PT Paragon Technology and Innovation.....	68
2. Lokasi Perusahaan	69
3. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	69
4. Karakteristik Responden	73
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	74
1. Uji Validitas.....	74
2. Uji Reliabilitas	77
C. Hasil Penelitian.....	78
1. Analisis Deskriptif	78
2. Uji Multikolinearitas	82
3. Persamaan Regresi Linear Berganda	83

4. Koefisien Determinan	85
5. Uji F	85
6. Uji t	86
7. Uji Asumsi Klasik.....	88
BAB V	92
PEMBAHASAN	92
A. Minimal Ada Salah Satu dari Variabel Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli <i>Wardah Exclusive Matte Lipcream</i>	92
B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk <i>Wardah Exclusive Matte Lipcream</i>	95
C. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Produk <i>Wardah Exclusive Matte Lipcream</i>	97
D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk <i>Wardah Exclusive Matte Lipcream</i>	99
BAB VI	103
PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	