

Daftar Isi

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
Motto.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
Abstrak.....	xviii
Abstract.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
1. Secara Teoritis.....	14
2. Secara Praktis.....	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	15
G. Penegasan Istilah.....	16
1. Secara Konseptual.....	16
H. Sistematika Skripsi.....	18
BAB II.....	20

LANDASAN TEORI.....	20
A. Keputusan Pembelian	20
1. Definisi Keputusan Pembelian.....	20
2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
3. Tahap-tahap Keputusan Pembelian	22
4. Paradigma Ekonomi Islam Tentang Keputusan Pembelian.....	25
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
C. Minat Beli.....	27
1. Definisi Minat Beli	27
2. Tahapan Minat Beli	27
3. Paradigma Ekonomi Islam Tentang Minat Beli	29
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	31
E. Promosi	31
1. Pengertian promosi	31
2. Tujuan Promosi.....	34
3. Jenis-Jenis Promosi.....	34
4. Paradigma Ekonomi Islam Tentang Promosi	37
F. Harga.....	38
1. Pengertian harga	38
2. Peranan Harga.....	39
3. Indikator Harga.....	40
4. Paradigma Ekonomi Islam Tentang Harga.....	40
G. Kualitas Produk	41
1. Pengertian Kualitas Produk	41
2. Dimensi Kualitas Produk.....	43
3. Paradigma Ekonomi Islam Tentang Kualitas Produk.....	44

H.	Hubungan Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	45
1.	Hubungan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	46
3.	Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	47
4.	Hubungan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	48
5.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	50
6.	Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen	51
7.	Hubungan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	52
I.	Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	53
1.	Hergastyasmawan	53
2.	Rismadayanti	54
3.	Ong dan Sugiharso.....	54
4.	Aisyah et al.,	55
5.	Nasution et al.,	55
6.	Mutiara dan Wibowo	56
7.	Randang	56
8.	Wijaya.....	57
9.	Prasetyo, (2017).....	57
10.	Silviana (2013).....	58
11.	Baedowi Za (2012)	59
J.	Kerangka Konseptual	60
K.	Mapping Variabel, Teori dan Indikator.....	61
L.	Hipotesis Penelitian.....	63
BAB III	64
METODE PENELITIAN	64

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	64
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	64
1.	Populasi.....	64
2.	<i>Sampling</i> dan Sampel Penelitian.....	65
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya.....	66
1.	Sumber Data	66
2.	Variabel dan Skala Pengukurannya	66
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.	67
1.	Teknik Pengumpulan Data.....	67
2.	Instrumen penelitian	69
E.	Teknik Analisis Data.....	69
1.	Pengujian <i>Outer Model</i> ,.....	70
2.	Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
3.	Pengujian Hipotesis	71
F.	Definisi dan Konsep Operasional	72
BAB IV		74
Hasil Penelitian		74
A.	Gambaran Umum Toko Pertanian I-EL Jaya	74
B.	Deskripsi hasil penelitian	75
C.	Karakteristik responden.....	75
1.	Jenis kelamin.....	75
2.	Usia	76
3.	Pekerjaan.....	76
4.	Pendapatan perbulan	77
5.	Frekuensi Pembelian.....	77
6.	Frekuensi melihat promosi.....	78

7.	Frekuensi menggunakan produk	79
D.	Deskripsi Variabel	79
E.	Pengujian Hipotesis.....	81
1.	Outer model	81
2.	<i>Inner Model</i>	87
3.	Uji Hipotesis	88
BAB V.....		92
Pembahasan Hasil Penelitian		92
A.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toko Pertanian I-EL JAYA.....	92
B.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Toko Pertanian I-EL JAYA.....	94
C.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Pertanian I-EL JAYA.....	96
D.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Toko Pertanian I-EL JAYA.	98
E.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Pertanian I-EL JAYA..	100
F.	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Toko Pertanian I-EL JAYA.....	101
G.	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Toko Pertanian I-EL JAYA.....	103
H.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Toko Pertanian I-EL JAYA.	105
I.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Toko Pertanian I-EL JAYA. ...	106
J.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Toko Pertanian I-EL JAYA.....	108

BAB VI.....	110
Penutup.....	110
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
Lampiran	123

Daftar Tabel

Tabel 1. 1.....	6
Tabel 1. 2.....	8
Tabel 2. 1.....	61
Tabel 3. 1.....	67
Tabel 3. 3.....	68
Tabel 4. 1.....	75
Tabel 4. 2.....	75
Tabel 4. 3.....	76
Tabel 4. 4.....	76
Tabel 4. 5.....	77
Tabel 4. 6.....	78
Tabel 4. 7.....	78
Tabel 4. 8.....	79
Tabel 4. 9.....	79
Tabel 4. 10.....	83
Tabel 4. 11.....	84
Tabel 4. 12.....	85
Tabel 4. 13.....	86
Tabel 4. 14.....	87
Tabel 4. 15.....	87
Tabel 4. 16.....	88

Daftar Gambar

Gambar 2. 1	23
Gambar 2. 2	46
Gambar 2. 3	47
Gambar 2. 4	48
Gambar 2. 5	50
Gambar 2. 6	51
Gambar 2. 7	51
Gambar 2. 8	53
Gambar 2. 9	60
Gambar 4. 1 Outer Model	81
Gambar 4. 2 Outer Model —Modifikasi 1	82
Gambar 4. 3 Outer Model —Modifikasi 2	82

Daftar Lampiran

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	124
Lampiran 2: Tabulasi Data Kuisisioner	128
Lampiran 3: Data Responden	153
Lampiran 4: Frekuensi Responden	163
Lampiran 5 Lembar Kendali Bimbingan Skripsi	170