

DAFTAR ISI

Halaman Luar Sampul.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Moto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup	10
F. Penegasan istilah	10
G. Keterbatasan Penelitian.....	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II: LANDASAN TEORI.....	14

A. Definisi Teori	14
1. Konsep Pemasaran	14
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembeli	17
a. <i>Price Discount</i>	18
b. Citra Merek	22
c. Label BPOM	26
d. Keputusan Pembelian	32
3. Faktor-Faktor Keputusan Pembeli dalam Islam	38
a. <i>Price Discount</i> dalam Konteks Islam.....	38
b. Citra Merek dalam Konteks Islam	41
c. Label Bpom Dalam Konteks Islam	45
B. Kajian Teori Terdahulu	46
C. Kerangka Konseptual	54
D. Hipotesis	56
BAB III: METODE PENELITIAN.....	57
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	57
B. Populasi, Sampling dan Sampel penelitian.....	58
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya.....	60
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	62
E. Teknik Analisis Data	68
BAB IV: HASIL PENELITIAN	74
A. Deskripsi Responden	74
B. Deskripsi Hasil Data	75
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	80
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	83

E. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	87
F. Hasil Uji Hipotesis	89
G. Hasil Koefisiensi Determinasi.....	91
BAB V: PEMBAHASAN	93
A. Analisis Hasil Data.....	93
1. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
3. Pengaruh Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4. Pengaruh <i>Price Discount</i> , Citra Merek dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk skincare MS Glow	103
B. Analisis Hasil Data Prespektif Ekonomi Islam	105
1. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Keputusan Pembelian Prespektif Ekonomi Islam	105
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Prespektif Ekonomi Islam	108
3. Pengaruh Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Prespektif Ekonomi Islam	112
4. Pengaruh <i>Price Discount</i> , Citra Merek dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk skincare MS Glow Prespektif Ekonomi Islam.....	114
BAB VI: PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	116
Daftar Rujukan	118
Lampiran	123

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	62
2. Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuisisioner	64
3. Tabel 4.1 Jumlah Kuisisioner	74
4. Tabel 4.2 Jenis Kelamin	75
5. Tabel 4.3 Usia.....	75
6. Tabel 4.4 <i>Price Discount</i>	76
7. Tabel 4.5 Citra Merek	77
8. Tabel 4.6 Label BPOM 66.....	78
9. Tabel 4.7 Keputusan Pembelian.....	80
10. Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	81
11. Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
12. Tabel 4.10 Hasil Uji Kolomogrov-Smirnov	83
13. Tabel 4.11 Uji Multikolinerilitas	84
14. Tabel 4.12 Uji Glejser	86
15. Tabel 4.13 Uji Autokorelasi.....	86
16. Tabel 4.14 Uji Regresi	87
17. Tabel 4.15 Uji F.....	89
18. Tabel 4.16 Uji T.....	91
19. Tabel 4.17 Uji Koefisien	92

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Konseptual55
2. Gambar 4.1 Scatter Plot85

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuisisioner Penelitian
2. Lampiran Tabulasi Data
3. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Data
4. Lampiran Uji Spss
5. Lampiran Dokumentasi
6. Lampiran Surat Permohonan Izin Penelitian
7. Lampiran Kartu Kendali Skripsi
8. Lampiran Pernyataan Keaslian Tulisan
9. Lampiran Surat Penelitian Tugas Akhir
10. Lampiran Daftar Riwayat Hidup
11. Lampiran Uji Validitas