

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xvi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah	10
BAB II: LANDASAN TEORI.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Keputusan Pembelian.....	12

2. Promosi.....	15
3. Digital Marketing Syariah.....	22
4. Personal Selling.....	24
5. Kualitas Produk.....	31
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Konseptual.....	41
D. Pengembangan Hipotesis.....	41
BAB III: METODE PENELITIAN.....	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
B. Populasi, Sampel Dan Sampling Penelitian.....	43
C. Sumber Data, Variable dan Skala Pengukuran.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen.....	48
E. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV: HASIL PENELITIAN.....	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
B. Hasil Penelitian.....	64
1. Deskripsi Responden.....	64
2. Pengujian Instrumen Data.....	67
3. Uji Asumsi Klasi.....	72
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
5. Uji Hipotesis.....	78
BAB V: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	84
A. Pengaruh <i>Digital Marketing Syariah, Personal Selling</i> Dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Di Bravo.....	84
B. Pengaruh <i>Digital Marketing Syariah</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Di Bravo Tulungagung.....	84
C. Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Di Bravo Tulungagung.....	85

D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Di Bravo Tulungagung	86
---	----

BAB VI: PENUTUP.....89

A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN