

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xix
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	17
1. <i>Theory of Human Behavior</i>	17
2. Keputusan Pembelian.....	18
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
c. Indikator Keputusan Pembelian.....	22

3.	Kualitas Produk.....	23
a.	Pengertian Kualitas Produk	23
b.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk	25
c.	Indikator Kualitas Produk.....	25
d.	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	27
4.	Kualitas Pelayanan.....	27
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan	27
b.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan.....	29
c.	Indikator Kualitas Pelayanan.....	30
d.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	31
5.	Citra Merek	32
a.	Pengertian Citra Merek.....	32
b.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Citra Merek.....	33
c.	Indikator Citra Merek	34
d.	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	35
6.	Promosi Diskon.....	35
a.	Pengertian Promosi Diskon	36
b.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Promosi Diskon.....	36
c.	Indikator Promosi Diskon.....	38
d.	Hubungan Promosi Diskon dengan Keputusan Pembelian	39
B.	Kajian Penelitian Terdahulu	39
C.	Kerangka Konseptual	45
D.	Hipotesis	46

BAB III: METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B.	Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	48
1.	Populasi	48
2.	Sampling.....	49
3.	Sampel Penelitian	49
C.	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	50
1.	Sumber Data	50
2.	Variabel.....	51
3.	Skala Pengukuran	52
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53
1.	Teknik Pengumpulan Data	53
2.	Instrumen Penelitian.....	53
E.	Teknik Analisis Data.....	55
1.	Analisis Deskriptif.....	56
2.	Uji Kualitas Data	56
a.	Uji Validitas.....	56
b.	Uji Reliabilitas	57
3.	Uji Asumsi Klasik	57
a.	Uji Normalitas	57
b.	Uji Multikolinieritas	58
c.	Uji Heterokedastisitas	58
d.	Uji Autokorelasi	59
4.	Analisis Regresi Linier Bergdana.....	59
a.	Pembentukan Model.....	59
b.	Kebaikan Model	60
c.	Uji <i>F-Test</i>	60
d.	Uji <i>T-Test</i>	61

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
1.	Sejarah UIN SATU Tulungagung.....	63

2. Fakultas UIN SATU Tulungagung	65
3. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN SATU Tulungagung.....	67
B. Deskripsi Responden.....	67
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
D. Teknik Analisis Data.....	73
1. Uji Kualitas Data.....	73
a. Uji Validitas	73
b. Uji Reliabilitas.....	75
2. Uji Asumsi Klasik	77
a. Uji Multikolinieritas	77
b. Uji Heterokedastisitas.....	77
c. Uji Autokorelasi.....	78
d. Uji Normalitas	79
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
a. Pembentukan Model Regresi.....	79
b. Uji Parsial	80
c. Uji Serentak	82
d. Kebaikan Model	83

BAB V: PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa UIN SATU Tulungagung Prodi MBS Angkatan 2020.....	84
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa UIN SATU Tulungagung Prodi MBS Angkatan 2020.....	85
C. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa UIN SATU Tulungagung Prodi MBS Angkatan 2020.....	87
D. Pengaruh Promosi Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa UIN SATU Tulungagung Prodi MBS Angkatan 2020.....	88

E. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Promosi Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa UIN SATU Tulungagung Prodi MBS Angkatan 2020.....	90
BAB VI: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106