

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	iii
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan.....	iv
Lembar Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak.....	xvi
<i>Abstract</i>	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	7
G. Penegasan Istilah	8
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
 BAB II LANDASAN TEORI	 12
A. Teori Manajemen Pemasaran	12
B. Teori Kepercayaan Konsumen	14

C. Teori Citra Merek	17
D. Teori Kualitas Produk.....	20
E. Teori Keputusan Pembelian.....	23
F. Sertifikasi Halal	26
G. Perspektif Ekonomi Islam Terkait Kepercayaan Konsumen, Citra Merek, dan Kualitas Produk Sebagai Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
H. Kajian Penelitian Terdahulu	38
I. Kerangka Konseptual	42
J. Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	47
C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukuran.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	51
E. Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	59
A. Deskripsi Objek Penelitian	59
B. Deskripsi Karakteristik Responden	61
C. Deskripsi Variabel Penelitian	63
D. Hasil Analisis Data	71
BAB V PEMBAHASAN	82
A. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roti AOKA Di Kabupaten Blitar	82
B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roti AOKA Di Kabupaten Blitar	83
C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roti AOKA Di Kabupaten Blitar	85

D. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roti AOKA di Kabupaten Blitar.....	87
E. Pandangan Ekonomi Islam Terkait Kepercayaan Konsumen, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk Roti AOKA Di Kabupaten Blitar.....	89
BAB VI PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN