

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah	10
H. Sistematika Pembahasan Skripsi.....	11

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Perilaku Konsumen	14
C. Harga	19
D. Kualitas Produk.....	22
E. Citra Merek	24
F. Keputusan Pembelian.....	29
G. Ekonomi Islam	33
H. Kajian Penelitian Terdahulu.....	35
I. Kerangka Konseptual	37
J. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	41
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	44
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	46
E. Teknik Analisis Data.....	50

BAB IV	: HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
	B. Profil Responden.....	57
	C. Karakteristik Responden	57
	D. Deskripsi Variabel.....	60
	E. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
	F. Uji Asumsi Klasik.....	71
	G. Analisis Regresi Linier Berganda	74
	H. Uji Hipotesis.....	76
	I. Analisis Koefisien Determinasi.....	79
 BAB V	 : PEMBAHASAN	
	A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Le minerale Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	80
	B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Le minerale Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	82
	C. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Le minerale Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	83
	D. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Le minerale Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	86
 BAB VI	 : PENUTUP	
	A. Kesimpulan	88
	B. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN