

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	12
G. Penegasan Istilah .....	13
H. Sistematika Skripsi .....	15
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	18
B. Keputusan Pembelian.....	35
C. Minat Pembelian .....	40
D. <i>Marketing Mix</i> Syariah.....	44
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	52

F. Kerangka Konseptual .....	62
G. Hipotesis Penelitian.....	65
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	67
1. Pendekatan Penelitian .....	67
2. Jenis Penelitian .....	68
B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian .....	68
1. Populasi Penelitian.....	68
2. Sampling Penelitian .....	69
3. Sampel Penelitian .....	70
C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran .....	70
1. Sumber Data.....	70
2. Variabel Penelitian .....	71
3. Skala Pengukuran .....	75
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	76
1. Teknik Pengumpulan Data .....	76
2. Instrumen Penelitian .....	76
E. Analisis Data .....	79
1. Statistik Deskriptif.....	80
a. Uji Validitas .....	80
b. Uji Reabilitas .....	80
2. Uji Asumsi Klasik .....	81
a. Uji Normalitas Data .....	81
b. Uji Multikolinieritas.....	82
c. Uji Heterosekedastisitas .....	82
3. Uji Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	84
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Obyek Peneliti .....	87
B. Gambaran Umum Responden.....	88
1. Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin .....	88

2. Gambaran Umum Responden Menurut Usia .....	89
3. Gambaran Umum Responden Menurut Pekerjaan.....	90
4. Gambaran Umum Responden Menurut Pendapatan.....	91
C. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden.....	91
1. Deskripsi Data Kuisisioner Produk .....	92
2. Deskripsi Data Kuisisioner Harga .....	93
3. Deskripsi Data Kuisisioner Promosi .....	93
4. Deskripsi Data Kuisisioner Distribusi .....	94
5. Deskripsi Data Kuisisioner Keputusan Pembelian .....	95
6. Deskripsi Data Kuisisioner Minat Beli Konsumen .....	96
D. Analisis Data .....	97
1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	97
a. Uji Validitas .....	97
b. Uji Reliabilitas .....	99
2. Uji Asumsi Klasik .....	101
a. Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov Smirnov .....	101
b. Uji Multikolinieritas .....	103
c. Uji Heteroskedastisitas.....	104
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
4. Uji Koefisien Determinasi .....	107
5. Uji Hipotesis .....	108
a. Uji t.....	108
b. <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	111

## **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami pada PT Azafood .....	115
B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami pada PT Azafood .....	117
C. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami pada PT Azafood .....	119

D. Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami pada PT Azafood .....	122
E. Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami pada PT Azafood .....	124
F. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami pada PT Azafood melalui Minat Beli Konsumen .....	126
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	131
B. Saran .....	132

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN- LAMPIRAN