



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK		I
KATA PENGANTAR		II
DAFTAR ISI		VI
DAFTAR TABEL		IX
DAFTAR GAMBAR		X
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	5
	1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
	1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II	TELAAH PUSTAKA	
	2.1 Manajemen Pemasaran	9
	2.2 Keputusan Pembelian	11
	2.3 Religiusitas	15
	2.4 Brand Ambassador	16
	2.5 Harga	17
	2.6 Pandangan Islam Dalam Jual Beli	21
	2.7 Penelitian Terdahulu	23
	2.8 Variabel Penelitian	25
	2.9 Definisi Konsep Operasional	26
	2.10 Kerangka Berpikir	27
	2.11 Hipotesis	28
BAB III	MOTODE PENELITIAN	
	3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
	3.2 Jenis dan Sumber Data	29
	3.3 Metode Pengumpulan Data	30

BAB IV

BAB V

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Analisis Data.....	33
3.6 Uji Kualiditas Data.....	34
3.7 Uji Validitas.....	34
3.8 Uji Reliabilitas.....	34
3.9 Uji Normalitas	35
3.10 Uji Multikolinieritas	35
3.11 Uji Heteroskedastisitas	35
3.12 Uji Hipotesis.....	36
BAB IV	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	39
4.1.1. Sejarah Singkat Wardah.....	39
4.1.2. Prinsip Wardah.....	40
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.4. Struktur organisasi perusahaan	43
BAB V	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Deskripsi Variabel.....	45
5.1.1 Religiusitas	45
5.1.2 Brand ambassador	46
5.1.3 Harga	46
5.1.4 Keputusan Pembelian	47
5.2 Uji Validitas	48
5.3 Uji Reliabilitas	49
5.4 Uji Normalitas.....	50
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	52
5.5.1 Uji Autokorelasi	52
5.5.2 Uji Heteroskadastisitas	53
5.5.3 Uji Multikolinieritas	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	55
5.7 Uji Hipotesis	56
5.7.1 Uji Persial t (Uji t).....	56
5.7.2 Uji signifikan Silmultan (Uji Statistik F)	58
5.7.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	59
5.8 Pembahasan	60

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	62
6.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN