

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.3 Motivasi.....	15
2.3.1 Teori Motivasi.....	18
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen.....	23
2.3.3 Tujuan Motivasi Konsumen.....	24
2.4 Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.5 Informasi Pemasaran.....	25
2.6 Hubungan Informasi dengan Keputusan Pembelian.....	31
2.7 Gaya Hidup.....	31
2.8 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	38
2.9 Keputusan Pembelian.....	39
2.9.1 Pihak-pihak yang Berperan Dalam Proses Pembelian.....	39
2.9.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	41
2.10 Pandangan Islam Antar Variabel.....	43
2.10.1 Motivasi dalam Perspektif Islam.....	43
2.10.2 Informasi dalam Perspektif Islam.....	44

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.

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.

2.10.3 Gaya Hidup dalam Perspektif Islam.....	46
2.10.4 Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam.....	47
2.11 Penelitian Terdahulu	48
2.12 Variabel Penelitian.....	49
2.13 Operasional Variabel	50
2.14 Kerangka Pemikiran	52
2.15 Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
3.2 Jenis dan Sumber Data	55
3.3 Populasi dan Sampel	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5 Teknik Analisis Data.....	60
3.6 Uji Kualitas Data.....	61
3.6.1 Uji Validitas	61
3.6.2 Uji Realibilitas	62
3.6.3 Uji Normalitas.....	62
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.1 Uji Multikolinieritas	63
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	63
3.7.3 Uji Autokorelasi	64
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.9 Uji Hipotesis	65
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	66
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	66
3.9.3 Koefisien Determinasi	67
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
4.1 Sejarah Berdirinya Cafe Tong Susu.....	68
4.2 Visi dan Misi Cafe Tong Susu.....	72
4.3 Struktur Organisasi Cafe Tong Susu.....	72



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.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	75
5.2 Karakteristik Responden	75
5.2.1 Responden Berdasarkan Usia	76
5.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
5.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan/Profesi.....	78
5.3 Deskripsi Variabel	79
5.3.1 Motivasi.....	79
5.3.2 Informasi.....	81
5.3.3 Gaya Hidup.....	82
5.3.4 Keputusan Pembelian.....	83
5.4 Uji Kualitas Data	85
5.4.1 Uji Validitas.....	85
5.4.2 Uji Realibilitas	87
5.4.3 Uji Normalitas.....	88
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	89
5.5.1 Uji Multikolinieritas	90
5.5.2 Uji Heteroskedastisitas	91
5.5.3 Uji Autokorelasi	92
5.6 Regresi Linear Berganda.....	93
5.7 Uji Hipotesis	95
5.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	95
5.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	97
5.7.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	99

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	101
6.2 Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN