

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	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2 Kualitas Produk	10
2.3 Harga	12
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.4.1 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	16
2.5 Prinsip Islam Tentang Pasar dan Pemasaran Syariah	19
2.6 Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian	21
2.7 Penelitian Terdahulu	23
2.8 Konsep Operasional Variabel Penelitian	25
2.9 Kerangka Pemikiran	27
2.10 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Uji Kualitas Data	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Realibilitas	33
3.6.3 Uji Normalitas	34
3.7 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.1 Uji Autokorelasi	34
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	34
3.7.3 Uji Multikolinearitas	35
3.8 Uji Regresi Linear Berganda	35
3.9 Uji Hipotesis Penelitian	36
3.9.1 Uji Parsial (<i>T-Test</i>)	36
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	37
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	38



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 IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.3 Struktur Organisasi	40
4.4 Aktivitas Perusahaan.....	47
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	48
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
5.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	49
5.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
5.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
5.1.5 Responden Berdasarkan Produk Yang di Beli	51
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	52
5.2.1 Kualitas Produk (X1)	52
5.2.2 Harga (X2)	54
5.2.3 Keputusan Pembelian	55
5.3 Uji Kualitas Data.....	56
5.3.1 Uji Validitas	56
5.3.2 Uji Reliabilitas	58
5.4 Uji Normalitas Data	59
5.5 Uji Asumsi Klasik	61
5.5.1 Uji Multikolinieritas	62
5.5.2 Uji Heteroskedastisitas	63
5.5.3 Uji Autokorelasi	64
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
5.7 Uji Hipotesis.....	66
5.7.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	67
5.7.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	69
5.7.3 Koefisien Determinasi (R ²)	70
5.8 Pembahasan	71
5.8.1. Kualitas Produk.....	71
5.8.2 Harga.....	72
5.8.3 Keputusan Pembelian.....	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	