



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>ABSTRAK</b>  |             |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                     | <b>i</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                       | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                      | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                       | 5           |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                         | 5           |
| 1.4 Sistematika Penulisan .....                                 | 7           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....                              | <b>9</b>    |
| 2.1. Manajemen Pemasaran .....                                  | 9           |
| 2.2 Pengertian Harga .....                                      | 10          |
| 2.2.1 Tujuan Penetapan Harga .....                              | 13          |
| 2.2.2 Indikator-Indikator Harga .....                           | 16          |
| 2.3 Pengertian Persepsi Konsumen .....                          | 17          |
| 2.3.1 Proses Persepsi .....                                     | 18          |
| 2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....            | 19          |
| 2.3.3 Indikator-Indikator Persepsi .....                        | 19          |
| 2.4. Pengertian Lokasi .....                                    | 20          |
| 2.4.1 Pentingnya Lokasi .....                                   | 20          |
| 2.4.2 Indikator-Indikator Lokasi .....                          | 22          |
| 2.5. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....              | 23          |
| 2.5.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian Dalam Membeli..... | 24          |
| 2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..... | 26          |



**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.

|  |           |
|--|-----------|
| 2.5.3 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian .....          | 30        |
| 2.6 Pandangan Islam Tentang Jual Beli .....                  | 30        |
| 2.7 Konsep Operasional Variabel .....                        | 32        |
| 2.8 Penelitian Terdahulu .....                               | 35        |
| 2.9 Kerangka Pemikiran .....                                 | 39        |
| 2.10 Hipotesis .....   | 40        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                       | <b>41</b> |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                        | 41        |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data .....                              | 41        |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data .....                            | 42        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                | 42        |
| 3.4.1 Populasi .....   | 42        |
| 3.4.2 Sampel .....   | 43        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                            | 44        |
| 3.6 Uji Kualitas Data .....                                  | 44        |
| 3.7 Analisis Regresi Linear Berganda .....                   | 47        |
| 3.8 Uji Hipotesis .....                                      | 48        |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>           | <b>50</b> |
| 4.1 Sejarah Singkat Caffe Indiya Kuliner Teluk Kuantan ..... | 50        |
| 4.2 Visi dan Misi .....                                      | 51        |
| 4.3 Struktur Organisasi .....                                | 51        |
| 4.4 Jenis dan Harga Makanan Caffe Indiya Kuliner .....       | 53        |
| <b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                      | <b>57</b> |
| 5.1 Karakteristik Responden .....                            | 57        |
| 5.1.1 Responden Berdasarkan Usia .....                       | 57        |
| 5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....              | 57        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.2 Deskripsi Variabel .....                                 | 58        |
| 5.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Harga .....                | 58        |
| 5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Konsumen .....   | 60        |
| 5.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Lokasi .....               | 61        |
| 5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ..... | 63        |
| 5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....                  | 64        |
| 5.3.1 Uji Validitas .....                                    | 64        |
| 5.3.2 Uji Reliabilitas .....                                 | 67        |
| 5.4 Uji Normalitas Data .....                                | 68        |
| 5.5 Uji Asumsi Klasik .....                                  | 70        |
| 5.5.1 Uji Multikolinieritas .....                            | 70        |
| 5.5.2 Uji Heretoskedastisitas .....                          | 71        |
| 5.5.3 Uji Autokorelasi .....                                 | 72        |
| 5.6 Analisis Data Penelitian .....                           | 74        |
| 5.6.1 Regresi Linier Berganda .....                          | 74        |
| 5.6.2 Uji Secara Parsial (Uji T) .....                       | 75        |
| 5.6.3 Uji Secara Simultan (Uji F) .....                      | 77        |
| 5.6.4 Koefisien Determinasi .....                            | 78        |
| 5.7 Pembahasan .....   | 79        |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                     | <b>82</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....   | 82        |
| 6.2 Saran .....  | 83        |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DATA RIWAYAT HIDUP**