

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</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>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
E. Penelitian Terdahulu .....	6
F. Metode Penelitian.....	7
G. Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	15
H. Model Penelitian .....	16
I. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II     GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	18
B. Struktur Organisasi Perusahaan .....	19

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.

C. Aktivitas Perusahaan.....	19
------------------------------	----

**BAB III TINJAUAN TEORETIS**

A. <i>Packaging</i> .....	21
1. Pengertian <i>Packaging</i> .....	21
2. Fungsi <i>Packaging</i> .....	24
3. Strategi <i>Packaging</i> .....	26
B. Pandangan Islam mengenai <i>Packaging</i> .....	30
C. Minat Beli Konsumen.....	35
1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	35
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	40
D. Pandangan Islam mengenai Minat Beli Konsumen.....	43

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Minat Beli.....	48
1. Karakteristik Responden.....	48
2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
a. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3. Metode Pengukuran.....	53
4. Deskripsi Variabel.....	54
5. Statistik Deskriptif.....	59
B. Pengaruh <i>Packaging</i> Bolu Gulung Vany Pekanbaru terhadap Minat Beli Konsumen	
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	62

**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. Uji Asumsi Heteroskedasitas .....	64
3. Uji Normalitas Data .....	65
4. Uji t .....	66
5. Koefisien Korelasi (r).....	67
6. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
C. Pengaruh <i>Packaging</i> Bolu Gulung Vany Pekanbaru terhadap Minat Beli Konsumen Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah	
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>