

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.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Konsep Pemasaran	13
2.3 Manajemen Pemasaran	14
2.4 Keputusan Pembelian	14
2.4.1 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	15
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.4.3 Pandangan Islam Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.5 Persepsi Harga	21
2.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	25
2.6.1 Fungsi dan Peran Citra Merek	29
2.6.2 Dimensi Citra Merek	30
2.7 Daya Tarik Iklan	34
2.7.1 Hubungan Kreativitas Iklan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Konsumen	37

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.

2.7.2	Pandangan Islam Tentang Kreativitas Iklan Dan Daya Tarik Iklan	38
2.7.3	Penelitian Terdahulu	40
2.7.4	Variabel Penelitian	43
BAB III	MOTODOLOGI PENELITIAN	47
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.2	Jenis dan Sumber Data	47
3.3	Metode Pengumpulan Data	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Analisis Data	50
3.6	Uji Kualitas Data	50
3.7	Analisis Linear Berganda	53
3.8	Uji Hipotesis	54
BAB IV	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	57
4.1	Sejarah Singkat <i>Smartphone</i> Vivo	57
4.2	Sejarah UIN Suska Riau	58
4.3	Struktur Organisasi	64
4.3.1	Organ pengelola Universitas	64
4.3.2	Organ pertimbangan terdiri dari	65
4.3.3	Organ pengawasan terdiri dari:	66
4.4	Fasilitas dan Saran Pendidikan	66
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	68
5.1	Karakteristik Responden	68
5.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
5.1.2	Responden Berdasarkan Fakultas	69
5.1.3	Responden Lama Penggunaan <i>Smartphone Vivo</i>	69
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian	70
5.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X_1)	70
5.2.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X_2)	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.

5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik Iklan (X ₃)	73
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian	76
5.3.1 Uji Validitas	76
5.3.2 Uji Reliabilitas	79
5.4 Uji Normalitas Data	80
5.5 Uji Asumsi Klasik	81
5.5.1 Uji Multikolinieritas	81
5.5.2 Uji Heteroskedastisitas	83
5.5.3 Uji Outokorelasi	84
5.6 Analisis Data Penelitian	85
5.6.1 Regresi Linier Berganda	85
5.6.2 Uji Secara Parsial (Uji T)	87
5.6.3 Uji Secara Simultan (Uji F)	89
5.6.4 Koefisien Determinasi (R ²)	90
5.7 Pembahasan	91
5.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	91
5.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	93
5.7.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN