

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Manajemen	7
2.2 Pengertian Pemasaran.....	8
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.4 Minat Beli	9
2.5 Kualitas Produk	15
2.6 Merek.....	18
2.7 Desain Produk.....	19
2.8 Pandangan Islam Tentang Jual Beli.....	22
2.9 Penelitian Terdahulu.....	25
2.10 Hipotesis	27
2.11 Variabel Penelitian.....	27
2.12 Kerangka Pemikiran	27
2.13 Konsep Operasional Variabel.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.5.1 Uji Validitas.....	33
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.5.3 Uji Normalitas	35
3.6 Uji Asumsi Klasik	35
3.6.1 Uji Multikolinearitas.....	35
3.6.2 Uji Autokorelasi	36



Hak Cipta Diindungi 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.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	36
3.7 Analisis Statistik	37
3.8 Uji F.....	38
3.9 Uji t.....	39
3.10 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	40

BAB IV GAMBARAN UMUM PT. PERAWANG KENCANA MOTOR

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	42
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	43
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.4 Aktifitas Perusahaan	49

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Responden.....	51
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	52
5.2 Analisis Variabel Penelitian	52
5.2.1 Analisis Kualitas Produk	52
5.2.2 Analisis Merek.....	54
5.2.3 Analisis Desain Produk	55
5.2.4 Analisis Minat Beli	57
5.3 Uji Validitas.....	69
5.4 Uji Reliabilitas	60
5.5 Uji Normalitas	61
5.6 Uji Asumsi Klasik	62
5.6.1 Uji Multikolinearitas.....	62
5.6.2 Uji Autokorelasi	63
5.6.3 Uji Heteroskedastisitas	64
5.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
5.8 Uji F (Uji Simultan).....	67
5.9 Uji t (Uji Parsial)	68
5.9.1 Variabel Kualitas Produk.....	70
5.9.2 Variabel Merek	70
5.9.3 Variabel Desain Produk.....	70
5.10 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	70

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	72
6.2 Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN