

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	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	7
1. Lokasi Penelitian.....	7
2. Subjek dan Objek Penelitian	7
3. Sumber dan Jenis Data.....	8
4. Metode Pengumpulan Data.....	8
5. Populasi dan Sampel	9
6. Skala Pengukuran Variabel	11
7. Metode Analisa Data.....	11
F. Model Penelitian	14
G. Hipotesis	14
H. Variabel.....	15
I. Sistematika Penulisan	16
BAB II : GAMBARAN UMUM GIANT MTC PANAM	
A. Sejarah Umum Perusahaan	17
B. Visi, Misi dan Falsafah Perusahaan	18
C. Struktur Organisasi	19
BAB III : TINJAUAN TEORITIS	
A. Logo	27
1. Pengertian Logo	27
2. Tujuan dan Fungsi Logo.....	29
3. Syarat Desain Logo	30
4. Jenis-jenis Logo.....	32

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. Bentuk-bentuk Logo.....	34
6. Elemen-elemen dalam logo	35
B. Logo Unilever dan Maknanya	35
C. Keputusan Pembelian.....	38
1. Pengertian Keputusan Pembelian	38
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	39
3. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	42
4. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian	44
D. Keputusan Pembelian Menurut Ekonomi Islam	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Analisis Deskriptif	50
1. Karakteristik Responden	50
2. Deskriptif Variabel	52
B. Analisa Data.....	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	67
3. Uji Heteroskedastisitas	68
4. Uji Normalitas.....	70
C. Analisa Hasil Penelitian.....	71
1. Analisa Regresi Linear Sederhana	71
2. Uji t (Uji Parsial)	73
3. Koefisien Korelasi Sederhana	74
D. Pengaruh Logo Unilever Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Ponds di Giant Mtc Panam menurut ekonomi Islam	76
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	