

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

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.1 Konsep Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Produk dan Atribut Produk	15
2.1.4 Pengertian Perilaku Konsuen	27
2.1.5 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Membeli	28
2.1.6 Harga	33
2.1.7 Merek	36
2.1.8 Kemasan	40
2.1.9 Sikap	43
2.2 Pandangan Islam	52
2.3 Penelitian Terdahulu	53
2.4 Variabel Penelitian	55
2.5 Definisi Konsep Operasional	55
2.6 Kerangka Pemikiran	57
2.7 Hipotesis	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu penelitian	59
3.2 Jenis dan Sumber Data	59
3.3 Teknik Pengumpulan Data	59
3.4 Populasi dan Sampel	60
3.5 Teknik Penarikan Sampel	61
3.6 Tehnik Analisis Data	61
3.7 Uji Kualitas Data	62
3.8 Analisis Linear Berganda	66
3.9 Uji Hipotesis	67
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Kelurahan Simpang Baru	70

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.

4.1.1	Keadaan Geografis Kelurahan Simpang Baru.....	71
4.1.2	Jumlah Penduduk Kelurahan Simpang Baru.....	71
4.1.3	Sosial Budaya dan Adat Istiadat.....	72
4.1.4	Kehidupan Beragama.....	73
4.1.5	Pendidikan.....	74

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Demografi Responden.....	76
5.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
5.1.2	Responden Berdasarkan Usia	77
5.1.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	77
5.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
5.2	Deskriptif Variabel.....	79
5.2.1	Variabel Harga (X1).....	79
5.2.2	Variabel Merek (X2).....	81
5.2.3	Variabel Kemasan (X3)	83
5.2.4	Variabel Sikap Konsumen (Y).....	84
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
5.3.1	Uji Validitas.....	86
5.3.2	Uji Reliabilitas.....	88
5.4	Uji Normalitas	89
5.5	Uji Asumsi Klasik	91
5.5.1	Uji Multikolinearitas.....	91
5.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	93
5.5.3	Uji Outokorelasi.....	94
5.6	Regresi Berganda.....	96
5.7	Uji Hipotesis.....	98
5.7.1	Uji t Hitung.....	98
5.7.2	Uji F Hitung.....	100
5.7.3	Uji Determinasi (R ²).....	101
5.8	Pembahasan	102

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	105
6.2	Saran.....	107

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**