



DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
Bab II Telah Pustaka	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.5 Konsep Perilaku Konsumen.....	15
2.1.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	16
2.1.7 Motivasi Konsumen.....	19
2.1.8 Hubungan Motivasi konsumen dengan keputusan pembelian.....	23
2.1.9 Persepsi.....	24
2.1.10 Proses Persepsi.....	26
2.1.11 Hubungan Persepsi terhadap keputusan pembelian.....	27
2.1.12 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.....	28
2.1.13 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.14 Pengertian Pengambilan keputusan pembelian.....	32
2.1.15 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	33
2.2 Pandangan Islam tentang Keputusan Pembelian.....	35
2.3 Penelitian Terdahulu.....	37
2.4 Variabel Penelitian.....	38
2.5 Definisi Konsep Operasional variabel Penelitian.....	39
2.6 Kerangka Pemikiran.....	40
2.7 Hipotesis.....	40
Bab III Metodologi Penelitian	42
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Analisis Data.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reabilitas.....	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan 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. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Uji Normalitas	47
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	47
1. Uji Multikolinieritas	48
2. Uji Heteroskedastisitas	48
3. Uji Autokorelasi	48
3.7 Uji Regresi Liner Berganda	49
3.8 Uji Goodness of Fit	50
3.9 Uji Hipotesis	50
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	50
3.9.2 Uji Anova F (Secara Simultan)	51
3.9.3 Uji Determinasi (R ²).....	51
Bab IV Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1 Sejarah Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU	53
4.2 Visi,Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU..	54
4.2.1 Visi	54
4.2.2 Misi.....	55
4.2.3 Tujuan.....	55
4.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial	56
Bab V Hasil dan Pembahasan	60
5.1 Karakteristik Responden	60
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia	60
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
5.1.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	61
5.2 Deskripsi Variabel	62
5.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Motivasi.....	62
5.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Persepsi	63
5.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	65
5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian	66
5.3.1 Uji Validitas	66
5.3.2 Uji Realibilitas.....	68
5.4 Uji Normalitas Data	69
5.5 Uji Asumsi Klasik	71
5.5.1 Uji Multikolinieritas	71
5.5.2 Uji Heteroskedasitas.....	72
5.5.3 Uji Autokorelasi	74
5.6 Analisis Data Penelitian	75
5.6.1 Regresi Linier Berganda.....	75
5.6.2 Uji Secara Parsial	76
5.6.3 Uji Secara Simultan.....	77
5.6.4 Koefisien Determinasi	78
5.7 Pembahasan.....	79
Bab VI Kesimpulan dan Saran	81
6.1 Kesimpulan	81
6.2 Saran	82
Daftar Pusaka	84

Lampiran