

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	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.4 Keputusan Pembelian Ulang.....	18
2.5 Brand Trust.....	19
2.6 Perceived Quality.....	21
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.8 Pandangan Islam.....	27
2.9 Penelitian Terdahulu.....	28
2.10 Variabel Penelitian.....	29
2.11 Kerangka Pemikiran.....	29
2.12 Definisi konsep Operasional Variabel.....	30
2.13 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu penelitian.....	32
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4 Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Tehnik Analisis Data.....	35
3.7 Uji Kualitas Data.....	36
3.8 Analisis Linear Berganda.....	38
3.9 Uji Hipotesis.....	39

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.

BAB IV	GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	
4.1	Sejarah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	41
4.2	Sejarah Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.....	47
4.3	Visi, Misi dan Tujuan	48
4.4	Profil Perusahaan PT. KAO Indonesia	51
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Identitas Responden.....	53
5.2	Deskripsi Variabel Responden	53
5.2.1	Responden Berdasarkan Jurusan	53
5.2.2	Responden Berdasarkan Semester	54
5.3	Deskriptif Variabel.....	54
5.3.1	Variabel Brand Trust.....	55
5.3.2	Variabel Perceived Quality	56
5.3.3	Variabel Keputusan Pembelian ulang	58
5.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
5.4.1	Uji Validitas.....	60
5.4.2	Uji Reliabilitas.....	63
5.5	Uji Normalitas	64
5.6	Uji Asumsi Klasik	66
5.6.1	Uji Autokorelasi.....	66
5.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	66
5.6.3	Uji Multikolinieritas.....	67
5.7	Regresi Linear Berganda.....	68
5.8	Uji Hipotesis	70
5.8.1	Uji Parsial T	70
5.8.2	Uji Simultan F.....	72
5.8.3	Uji Koefisien Determinasi	73
5.9	Pembahasan	74
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	76
6.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		