

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Deskripsi Teori .....	7
1. Kualitas Produk .....	7
a. Pengertian Kualitas Produk .....	7
b. Indikator Kualitas Produk.....	8
c. Tingkatan Kualitas Produk .....	9
d. Kualitas Produk Dalam Pandangan Islam.....	9
2. Harga .....	12
a. Pengertian Harga .....	12
b. Tujuan Penetapan Harga.....	13
c. Indikator Harga .....	14
d. Harga Dalam Pandangan Islam .....	14
3. Promosi .....	15
a. Pengertian Promosi.....	15
b. Tujuan Promosi .....	16
c. Strategi Bauran Promosi.....	16
d. Indikator Promosi.....	17
e. Promosi dalam Islam .....	18
4. Keputusan Pembelian .....	18
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
b. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	19

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	20
d. Indikator-Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian .....	21
e. Pengambilan Keputusan Dalam Pandangan Islam .....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Berfikir .....	26
D. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Jenis dan Pendekatan .....	28
B. Populasi dan Sampel .....	28
C. Identifikasi Variabel .....	29
D. Variabel Operasional .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	32
F. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
1. Gambaran Obyek Penelitian .....	36
a. Sejarah Singkat .....	36
b. Media Sosial .....	36
c. Visi dan Misi .....	39
d. Struktur Organisasi .....	39
e. Produk .....	40
f. Gambaran Responden .....	40
1) Responden Menurut Jenis Kelamin .....	40
2) Responden Menurut Usia .....	41
3) Responden Menurut Pekerjaan .....	41
2. Analisis Data .....	41
a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	41
1) Uji Validitas .....	41
2) Uji Reliabilitas .....	44
b. Uji Asumsi Klasik .....	44
1) Uji Multikolonieritas .....	44
2) Uji Heteroskedastisitas .....	45
3) Uji Normalitas .....	46
c. Uji Hipotesis .....	47
1) Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
3) Uji F (Simultan) .....	48
4) Uji T (Parsial) .....	49

B. Pembahasan .....	50
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	51
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	52
4. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kitchen Set Interiors Barokah Demak .....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>54</b>
A. Simpulan.....	54
B. Saran-Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga dan Produk Unggulan Kitchenset Interiors Barokah.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	30
Tabel 4.1	Produk dan Harga Kitchen Set Interiors Barokah.....	40
Tabel 4.2	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3	Responden Menurut Usia .....	41
Tabel 4.4	Responden Menurut Pekerjaan.....	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Produk (X1) .....	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Harga (X2).....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Promosi (X3) .....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas .....	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	48
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Simultan).....	49
Tabel 4.14	Hasil Uji T (Parsial) .....	50

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	26
Gambar 4.1	<i>Facebook</i> Kitchen Set Interiors Barokah .....	37
Gambar 4.2	<i>Instagram</i> Kitchen Set Interiors Barokah .....	38
Gambar 4.3	<i>Whatsapp</i> Kitchen Set Interiors Barokah .....	39
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedasitas .....	46

