

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Citra Merek	10
a. Pengertian Citra	10
b. Pengertian Merek.....	10
c. Citra Merek.....	11
d. Tujuan Pemberian Merek.....	11
e. Faktor Pembentuk Citra Merek.....	12
f. Dimensi Citra Merek	13
2. Fitur	13
a. Pengertian Fitur	13
b. Dimensi Fitur	15
3. Harga.....	15
a. Pengertian Harga	15
b. Dimensi Harga.....	19
c. Indikator Harga.....	19
4. Perilaku Konsumen	20
a. Definisi Perilaku Konsumen	20
b. Perilaku Konsumen Muslim	21
c. Konsumsi.....	22
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	22

5.	Keputusan Pembelian.....	28
a.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
b.	Tahap Tahap Pengambilan Keputusan.....	29
B.	Penelitian Terdahulu.....	32
C.	Kerangka Berpikir	36
D.	Hipotesa.....	37
BAB III :	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B.	Setting Penelitian.....	39
C.	Populasi Dan Sampel.....	40
D.	Data Variabel Penelitian	41
E.	Definisi Operasional	42
F.	Sumber Data	45
G.	Teknik Pengumpulan Data	45
H.	Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen	46
I.	Uji Asumsi Klasik	50
BAB IV :	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Obyek Penelitian	53
B.	Gambaran Obyek Penelitian	54
C.	Analisis Data	57
1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone oleh Mahasiswa ES IAIN Kudus Angkatan 2018 ..	66
2.	Pengaruh Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone oleh Mahasiswa ES IAIN Kudus Angkatan 2018 .	68
3.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone oleh Mahasiswa ES IAIN Kudus Angkatan 2018 ..	69
BAB V :	PENUTUP	
A.	Simpulan	71
B.	Keterbatasan Penelitian	71
C.	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Android.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3.2 Autokorelasi.....	50
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	55
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Pembelian Smartphone.....	55
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Kebutuhan dalam Sebuah Smartphone.....	56
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	58
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	59
Tabel 4.7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.9. Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.10. Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis.....	63
Tabel 4.12. Hasil Uji T.....	64
Tabel 4.13. Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi (R ²).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	30
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	36

