

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	i
PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEBOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	16
1. <i>Grand Theory</i>	16
a. <i>Theory of Reasoned Action</i>	16
b. <i>Theory of Planned Behavior</i>	18
c. Pemasaran dalam Islam	24
2. Inovasi Produk	30
a. Pengertian Inovasi Produk	30
b. Aspek Inovasi Produk	30
c. Jenis Inovasi Produk	32
d. Tujuan Inovasi Produk	33
e. Indikator Inovasi Produk	34
3. <i>Brand</i>	35
a. Pengertian Merek	35
b. Manfaat Merek	35
c. Kriteria Merek	37

4. <i>Brand Awareness</i>	38
a. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	38
b. Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	38
c. Upaya Meraih Kesadaran Merek	40
d. Merek dalam Perspektif Islam	41
e. Indikator <i>Brand Awareness</i>	42
5. <i>Green Product</i>	43
a. Pengertian <i>Green Product</i>	43
b. Karakteristik <i>Green Product</i>	45
c. Aspek <i>Green Product</i>	45
d. Tujuan <i>Green Product</i>	46
e. Indikator <i>Green Product</i>	46
6. Keputusan Pembelian	48
a. Pengertian Keputusan Pembelian	48
b. Dimensi Keputusan Pembelian	48
c. Jenis Perilaku Pengambilan Keputusan	49
d. Tingkat Pengambilan Keputusan	50
e. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam	51
f. Indikator Keputusan Pembelian	52
B. Penelitian Terdahulu	53
C. Kerangka Berpikir	63
D. Hipotesis	65

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan	69
1. Jenis Penelitian	69
2. Pendekatan Penelitian	69
B. Populasi Dan Sampel	70
1. Populasi	70
2. Sampel	70
C. Identifikasi Variabel	70
D. Definisi Variabel Operasional	71
E. Teknik Pengumpulan Data	77
F. Teknik Analisis Data	78
1. Uji Instrumen Data	78
a. Uji Validitas	78
b. Uji Reliabilitas	78
2. Uji Asumsi Klasik	79
a. Uji Multikolinieritas	79
b. Uji Normalitas	79

c. Uji Hetroskedastisitas	80
3. Teknik Pengujian Hipotesis	81
a. Uji Regresi Linier Berganda	81
b. Koefisien Determinasi (R^2)	82
c. Uji F	82
d. Uji Parsial (Uji T)	82

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	83
1. Gambaran Umum Objek dan Subyek Penelitian	83
a. Sejarah Singkat UMKM Godong Salam “ <i>Ecoprint</i> ”	83
b. Produk UMKM Godong Salam “ <i>Ecoprint</i> ” ..	84
c. Gambaran Umum Subyek Penelitian	86
d. Deskripsi Hasil Data Penelitian	89
2. Analisis Data	96
a. Uji Validitas dan Reliabilitas	96
b. Uji Asumsi Klasik	99
1) Uji Multikolinieritas	99
2) Uji Normalitas	100
3) Uji Heteroskedastisitas	102
c. Uji Hipotesis	104
1) Uji Regresi Linier Berganda	104
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	106
3) Uji F	106
4) Uji Parsial (Uji t)	107
B. Pembahasan	109

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	116
B. Saran	117
C. Penutup	117

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengeluaran Fashion Muslim Berdasarkan <i>The State Global Islamic Economy</i>	2
Tabel 1.2	Data Kisaran Harga Produk <i>Ecoprint</i>	8
Tabel 1.3	Data Pendapatan Penjualan kain per Tahun	9
Tabel 1.4	Data Pendapatan Penjualan Fashion per Tahun	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	53
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	61
Tabel 3.1	Definisi Operasional	72
Tabel 3.2	Skala Likert	77
Tabel 4.1	Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.2	Proporsi Responden Berdasarkan Umur	87
Tabel 4.3	Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 4.4	Proporsi Responden Berdasarkan Penghasilan	88
Tabel 4.5	Proporsi Responden Berdasarkan Domisili	89
Tabel 4.6	Uraian Hasil Penelitian Variabel Inovasi Produk (X1)	89
Tabel 4.7	Uraian Hasil Penelitian Variabel <i>Brand Awareness</i> (X2)	90
Tabel 4.8	Uraian Hasil Penelitian Variabel <i>Green Product</i> (X3)	92
Tabel 4.9	Uraian Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	94
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas	96
Tabel 4.1	Hasil Uji Reliabilitas	98
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	99
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov</i>	102
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser ..	103
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	104
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	106
Tabel 4.17	Hasil Uji F	107
Tabel 4.18	Hasil Uji t	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Theory of Reasoned Action</i>	16
Gambar 2.2	<i>Theory of Planned Behavior</i>	19
Gambar 2.3	Piramida Tingkat <i>Brand Awareness</i>	39
Gambar 2.4	Kerangka Berpikir	64
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	101
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	103

