

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	viii
Abstrak	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Batasan Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9

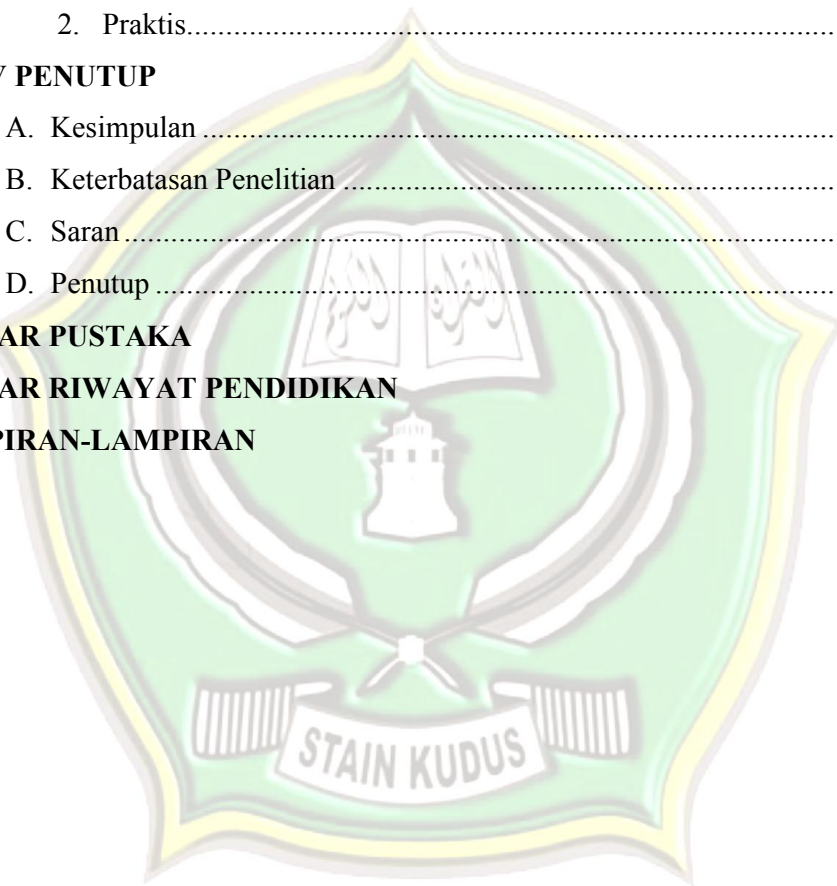
BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Produk.....	10
1. Pengertian Kualitas Produk.....	10
2. Tingkatan Produk	12
3. Dimensi Kualitas Produk	12
4. Pengembangan Produk dalam Perspektif Islam	14
B. Harga	15
1. Pengertian Harga	15
2. Indikator yang Mempengaruhi Penetapan Harga	17
3. Strategi Penetapan Harga	17
C. <i>Brand Ambassador</i>	19

1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	19
2. Unsur-unsur <i>Brand Ambassador</i>	20
3. Klasifikasi <i>Brand Ambassador</i>	20
4. Indiktor <i>Brand Ambassador</i>	21
5. Jenis-jenis <i>Brand Ambassador</i>	22
D. Keputusan Pembelian	23
1. Pengertian Keputusan Pembelian	23
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
3. Pasca Pembelian	27
4. Indikator Keputusan Pembelian	28
5. Proses Keputusan Pembelian	29
6. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian	30
E. Penelitian Terdahulu	31
F. Kerangka Konseptual	35
G. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
B. Sumber Data	40
C. Populasi dan Sampel	41
D. Definisi Operasional	42
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Teknik Pengujian Data	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	47
G. Uji Asumsi Klasik	48
1. Uji Multikolinieritas	48
2. Uji Autokorelasi	48
3. Uji Normalitas	49
4. Uji Heterokedastisitas	49
H. Analisis Data	50
1. Analisis Regresi Linear Berganda	50

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	50
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
1. Sejarah Berdirinya STAIN Kudus	52
2. Letak Geografis.....	55
3. Program dan Kurikulum S1	56
4. Program dan Kurikulum S2	58
B. Diskripsi Data Penelitian	60
I. Deskripsi Identitas Responden	60
a. Umur Responden.....	60
b. Jurusan dan Angkatan Responden	61
c. Merek Shampo Respinden.....	61
d. Status Pernikahan Responden.....	61
II. Deskripsi Data Penelitian	62
a. Kualitas Produk (X_1)	63
b. Harga (X_2).....	64
c. <i>Brand Ambassador</i> (X_3)	65
d. Keputusan Pembelian (Y).....	66
C. Teknik Pengujian Data.....	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	70
1. Uji Multikolinearitas.....	70
2. Uji Autokorelasi	71
3. Uji Normalitas	71
4. Uji Heteroskedastisitas.....	73
E. Hasil Analisis Data Regresi Linear Berganda.....	73
1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	75
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
F. Hasil Penelitian	90

G. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	77
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	79
3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	80
H. Implikasi penelitian	82
1. Teoritis	82
2. Praktis.....	82
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	83
B. Keterbatasan Penelitian	84
C. Saran	84
D. Penutup	85
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1	Deskripsi Responden berdasarkan Umur	60
Tabel 4.2	Deskripsi Responden berdasarkan Jurusan dan Angkatan.....	61
Tabel 4.3	Deskripsi Responden berdasarkan Merek Shampo	61
Tabel 4.4	Deskripsi Responden berdasarkan Status pernikahan	61
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Respinden.....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	70
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.9	Hasil Uji Autokolerasi	71
Tabel 4.10	Hasil Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.11	Hasil Koefisien regresi Secara Parsial (Uji t).....	75
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas.....	71
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

