

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN MUNAQSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Theory Of Planned Behavior	12
2. Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory)	14
3. Persepsi.....	16
4. Promosi.....	21
5. Pengetahuan	24
6. Keputusan Memilih Produk	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis.....	35
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
B. Populasi dan Sampel.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel	39

C. Identifikasi Variabel	40
D. Variabel Operasional	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	43
1. Pengujian Instrumen.....	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	45
3. Uji Hipotesis	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian	48
B. Deskripsi Responden	55
1. Jenis Kelamin Responden.....	55
2. Usia Responden.....	56
3. Pekerjaan Responden	56
C. Hasil Penelitian	56
1. Data Jawaban Responden	56
2. Analisis Data	59
3. Uji Asumsi Klasik.....	61
4. Uji Hipotesis	65
D. Pembahasan.....	69
1. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara.....	69
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara.....	70
3. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara.....	73

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	75
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1	Data Populasi	39
Tabel 3. 2	Variabel Operasional Penelitian.....	41
Tabel 3. 3	Skala Instrumen.....	43
Tabel 3. 4	Uji Validitas Sebelum Penelitian	44
Tabel 3. 5	Uji Reliabilitas Sebelum Penelitian.....	45
Tabel 4. 1	Jam Operasional Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngablul.....	55
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi	57
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi	58
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengetahuan.....	58
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Memilih Produk.....	59
Tabel 4. 9	Uji Validitas.....	60
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	61
Tabel 4. 11	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	62
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolenieritas	64
Tabel 4. 13	Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glesjer	64
Tabel 4. 14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
Tabel 4. 16	Hasil Uji t	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses terjadinya persepsi	19
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Normalitas	62
Gambar 4. 3 Kurva Probability Plot	63
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

