

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian dan Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II : LANDASAN TEORI	8
A. Kualitas Produk.....	8
1. Pengertian Kualitas Produk.....	8
2. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas	9
3. Dimensi Kualitas Produk	10
4. Indikator Kualitas Produk	11
5. Kualitas Produk Menurut Perspektif Islam	11
B. Persepsi Harga.....	12
1. Pengertian Persepsi Harga.....	12
2. Faktor-faktor Yang Menentukan Penetapan Harga.....	13
3. Indikator Penetapan Harga	14

4. Persepsi Harga Dalam Perspektif Islam	14
C. <i>Word Of Mouth</i>	15
1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	15
2. Cara Mengembangkan <i>Word Of mouth</i>	16
3. Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	17
4. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	17
D. Minat Beli	17
1. Pengertian Minat Beli	17
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	18
3. Proses Pembelian	21
4. Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	23
5. Indikator Minat Beli	25
6. Pembelian Dalam Perspektif Islam	25
E. PenelitianTerdahulu	26
F. Kerangka Berpikir.....	29
G. Hipotesis	31
BAB III : METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Sumber Data	32
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Tata Variabel Penelitian	33
E. Definisi Operasional	34
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
H. Uji Asumsi Klasik.....	39
I. Teknik Analisis Data	42
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum ObjekPenelitian.....	44
1. Sejarah Singkat Perusahaan	44
2. Visi, Misi dan Tujuan	46

3. Struktur Organisasi	47
B. Gambaran Umum Responden.....	49
1. Jenis Kelamin Responden.....	50
2. Usia Responden	50
3. Pendidikan Responden.....	51
C. Deskripsi Angket	52
1. Variabel Kualitas Produk.....	52
2. Variabel Persepsi Harga.....	52
3. Variabel <i>Word Of Mouth</i>	53
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
1. Uji Autokorelasi.....	53
2. Uji Multikolinieritas	54
3. Uji Heterokedastisitas	55
4. Uji Normalitas.....	56
E. Analisis Data	58
1. Analisis Linear Berganda.....	58
2. Koefisien Determinasi (R ²).....	59
3. Uji Parsial	60
F. Pembahasan dan Analaisis.....	62
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	62
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadaap Minat Beli	63
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli	63
G. Implikasi Penelitian	64
BAB V : PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian.....	66
C. Saran	67
D. Penutup	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Devinisi Operasional	34
Tabel 3.2	: Hasil Uji Validitas Instrumen	37
Tabel 3.3	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	38
Tabel 3.4	: Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	40
Tabel 4.1	: Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	: Deskripsi Usia Responden	50
Tabel 4.3	: Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden	51
Tabel 4.4	: Hasil Jawaban Kuesioner Responden Kualitas Produk	52
Tabel 4.5	: Hasil Jawaban Kuesioner Responden Persepsi Harga	52
Tabel 4.6	: Hasil Jawaban Kuesioner Responden <i>Word Of Mouth</i>	53
Tabel 4.7	: Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.8	: Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.9	: Hasil Uji Analisis Linier Ganda	58
Tabel 4.10	: Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.11	: Hasil Uji-t	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	57
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Grafik Hitogram.....	57

