

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Penegasan Istilah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Manfaat Penelitian .....	7
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b>	
A. Desain Produk.....	9
1. Pengertian .....	9
2. Ruang Lingkup Desain Produk .....	10
3. Desain Produk Dalam Pandangan Islam....	11
B. Promosi .....	12
1. Pengertian .....	12
2. Indikator Promosi.....	13
3. Promosi dalam Pandangan Islam .....	13
C. Citra Merek.....	16
1. Pengertian .....	16
2. Indikator Variabel <i>Brand Image</i> .....	18
3. Brand Image Dalam Pandangan Islam.....	19
D. Keputusan Pembelian .....	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian .....	23

	<b>3. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam .....</b>	<b>26</b>
E.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
F.	Kerangka Pemikiran .....	31
G.	Hipotesis .....	31
	1. Pengaruh Antara Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
	2. Pengaruh Antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
	3. Pengaruh Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
	B. Populasi dan Sampel.....	37
	C. Tata Variabel Penelitian .....	38
	D. Definisi Operasional .....	39
	E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
	F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	42
	G. Uji Asumsi Klasik .....	44
	H. Analisis Data.....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Hasil Penelitian.....	49
	1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
	B. Gambaran Umum Responden.....	49
	1. Karakteristik Responden .....	49
	2. Deskripsi Data.....	49
	a. Tanggapan Responden Berdasarkan Desain Produk.....	49
	b. Tanggapan Responden Berdasarkan Promosi .....	50
	c. Tanggapan Responden Berdasarkan Citra Merek .....	51
	d. Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian Produk.....	52
	3. Pengujian Data.....	53
	a. Uji Instrumen Penelitian .....	53
	b. Uji Asumsi Klasik.....	56

	c. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	59
	d. Uji Hipotesis .....	61
	e. Koefisien Determinasi .....	62
C.	Pembahasan .....	63
	1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
	2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
	3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	67
	B. Keterbatasan Penelitian .....	67
	C. Saran .....	67
	D. Penutup .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Data Penjualan Tahun 2017 .....	4
Tabel 2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1.	Definisi Operasional.....	39
Tabel 4.1	Profil Responden .....	49
Tabel 4.2.	<i>Desain Produk</i> .....	49
Tabel 4.3.	Promosi.....	50
Tabel 4.4.	Citra Merek.....	51
Tabel 4.5.	Keputusan Pembelian Produk .....	52
Tabel 4.6	Uji Validitas Desain Produk.....	53
Tabel 4.7	Uji Validitas Promosi .....	54
Tabel 4.8	Uji Validitas Citra Merek .....	54
Tabel 4.9	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel 4.12	Uji Autokorelasi .....	59
Tabel 4.13	Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.14	Uji t Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 4.2.	Uji Normalitas <i>Scater Plot</i> .....	56
Gambar 4.3.	Uji Heterokedastisitas .....	57

