

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	12
1. Pengetahuan Produk (Product Knowledge)	12
a. Teori dan Pengertian Pengetahuan Produk ...	12
b. Jenis Pengetahuan Produk.....	14
c. Tingkat Pengetahuan Produk	15
2. Citra Merek (Brand Image)	17
a. Teori dan Pengetahuan Brand Image	17
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Brand Image	20
c. Fungsi Brand Image	23
d. Brand Image Menurut Kajian Islam.....	24
3. Brand Ambassador	26
a. Teori dan Pengertian Brand Ambassador.....	26
b. Indikator Brand Ambassador	28
c. Peran Brand Ambassador	29
4. Keputusan Pembelian	30
a. Pengertian Keputusan Pembelian	30
b. Jenis Perilaku Pembelian.....	32
c. Proses Keputusan Pembelian.....	33

d. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	36
e. Keputusan Pembelian Dalam Kajian Islam	38
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Berfikir	44
D. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	50
B. Populasi dan Sampel	50
C. Identifikasi Variabel	53
D. Definisi Variabel Operasional	54
E. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Teknik Analisa Data	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	59
a. Uji Validitas	59
b. Uji Reliabilitas	60
2. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Multikolonieritas	62
b. Uji Heterokedastisitas	62
c. Uji Normalitas	63
3. Uji Hipotesis	64
a. Analisis Regresi Linier Berganda	64
b. Uji Parsial (Uji t)	65
c. Uji Simultan (Uji F)	66
d. Koefesien Determinasi (R^2)	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	67
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
2. Gambaran Umum Responden	68
a. Jenis Kelamin Responden	70
b. Program Studi Responden	70
c. Deskripsi Data Penelitian	71
3. Analisis Data	75
a. Uji Validitas	75
b. Uji Reliabilitas	78
c. Uji Prasyarat (Uji Asumsi Klasik)	78
d. Uji Hipotesis	84

B. Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	96
A. Simpulan	96
B. Keterbatasan Penelitian	97
C. Saran-Saran	98

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tingkat Pengetahuan Produk	16
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Ukuran Sampel Untuk Batas Kesalahan dan Jumlah Populasi	52
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3.3. Skala Likert	60
Table 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Program Studi	71
Tabel 4.3. Hasil Dari Jawaban Kuesioner Responden	71
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Instrumen	76
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	78
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolonieritas	79
Tabel 4.7. Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smimov test	83
Tabel 4.9. Hasil Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.10. Hasil Uji Parsial (Uji T)	86
Tabel 4.11. Hasil Uji Silmtutan (Uji F)	87
Table 4.12. Hasil Analisis Koefesien Derteminan (R^2)	88