

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang. ....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II</b>	
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. <i>Psychological Theory</i> .....	13
B. Konsep Pemasaran Syariah .....	15
1. Definisi Pemasaran Syariah .....	15
2. Pemasaran dalam Perspektif Islam ..	18
3. Karakteristik Pemasaran Syariah ...	21
4. Strategi Pemasaran .....	22
C. Kualitas Pelayanan Islami .....	23
1. Definisi Kualitas Pelayanan Islami ..	23
2. Pemandangan Islam mengenai	
Kualitas Pelayanan .....	25
3. Nilai-nilai Pelayanan Islami .....	28
4. Dimensi Kualitas Pelayanan Islami	
.....	29
5. Indikator Kualitas Pelayanan Islami	
.....	30
D. Potongan Harga .....	31
1. Pengertian Potongan Harga .....	31
2. Pandangan Islam mengenai	
Potongan Harga .....	32
3. Jenis-jenis Potongan Harga .....	33
4. Indikator Potongan Harga .....	35
E. Citra Merek .....	35

1. Definisi Citra Merek .....	35
2. Citra Merek dalam Pandangan Islam .....	38
3. Unsur Citra Merek .....	39
4. Faktor yang membentuk Citra Merek .....	40
5. Dimensi <i>Brand Image</i> .....	41
6. Indikator Citra Merek .....	41
F. Keputusan Pembelian .....	42
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	42
2. Faktor Pengambilan Keputusan .....	45
3. Langkah-langkah Keputusan Pembelian .....	47
4. Pasca Pembelian .....	50
5. Dimensi Keputusan Pembelian .....	51
6. Indikator Keputusan Pembelian .....	52
G. Penelitian Terdahulu .....	53
H. Kerangka Pemikiran .....	55
I. Hipotesis .....	56
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian .....	56
2. Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	58
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	59
<b>BAB III      METODE PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	61
B. <i>Setting</i> Penelitian .....	62
1. Tempat Penelitian .....	62
2. Waktu Penelitian .....	62
C. Sumber Data .....	62
1. Data Primer .....	62
2. Data Sekunder .....	63
D. Populasi dan Sampel .....	63
1. Populasi .....	63
2. Sampel .....	64
E. Desain dan Definisi Operasional .....	65
1. Desain Penelitian .....	65
2. Definisi Operasional Variabel .....	66
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	73
1. Uji Validitas .....	73

	2. Uji Reliabilitas .....	74
G.	Uji Asumsi Klasik .....	75
	1. Uji Normalitas .....	75
	2. Uji Multikolinearitas .....	75
	3. Uji Heterokedastisitas .....	76
	4. Uji Autokorelasi .....	76
H.	Teknik Pengumpulan Data .....	77
	1. Kuesioner (Angket) .....	78
	2. Wawancara .....	78
I.	Analisis Data .....	79
	1. Analisis Regresi Linear Berganda ...	79
	2. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t) .....	80
	3. Menghitung Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	81
	4. Menghitung Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	82
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN</b>	
	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>83</b>
A.	Gambaran Umum Butik Nayla Rahman	
	1. Sejarah Singkat Butik Nayla Rahman .....	83
	2. Lokasi Perusahaan .....	84
	3. Bentuk Badan Hukum .....	84
	4. Pemilik Perusahaan .....	84
	5. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	87
	6. Aspek Pemasaran .....	87
	7. Jenis Produk .....	87
	8. Bentuk Potongan Harga .....	88
	9. Jam Kerja dan Hari Kerja Pegawai ..	88
	10. Cara Pengembangan Tenaga Kerja ..	88
B.	Deskripsi Data Penelitian .....	88
	1. Deskripsi Identitas Responden .....	88
	2. Deskripsi Data Penelitian .....	89
C.	Validitas dan Reliabilitas .....	91
	1. Uji Validitas .....	91
	2. Uji Reliabilitas .....	95
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	100
	1. Uji Normalitas .....	100

	2. Uji Multikolinearitas .....	104
	3. Uji Heterokedastisitas .....	104
	4. Uji Autokorelasi .....	105
E.	Hasil Analisis Data .....	106
	1. Analisis Regresi Linear Berganda ..	106
	2. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t) .....	108
	3. Menghitung Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	110
F.	Pembahasan .....	118
	1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian .....	118
	2. Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	120
	3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	121
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>124</b>
	A. Kesimpulan .....	124
	B. Keterbatasan Penelitian .....	125
	C. Saran .....	125
	D. Penutup .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Data Pelanggan di Butik Nayla Rahman .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 3. 2 Kriteria Autokorelasi .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 3. 3 Skala Likert .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 3 Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan  
 Terakhir .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 4 Deskripsi Responden berdasarkan Lama menjadi  
 Konsumen  
 Tabel 4. 5 Data Hasil Penelitian Variabel Kualitas  
 Pelayanan Islami .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 6 Data Hasil Penelitian Variabel Potongan Harga **Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 7 Data Hasil Penelitian Variabel Citra Merek .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 8 Data Hasil Penelitian Variabel Keputusan  
 Pembelian .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden ...**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Responden .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Non Responden **Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linear Berganda .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 16 Hasil Uji t .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 17 Hasil Uji F .....**Error! Bookmark no**  
 Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi .....**Error! Bookmark no**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Langkah-langkah Keputusan Pembelian .....	47
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	<b>Error! Bookmark no</b>
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi di Butik Nayla Rahman ...	<b>Error! Bookmark no</b>
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram .....	<b>Error! Bookmark no</b>
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....	<b>Error! Bookmark no</b>
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark no</b>

